



УНИВЕРСИТЕТ «МИРАС»

«СТУДЕНТТІК ҒЫЛЫМ 2023»

*атты халықаралық студенттік ғылыми-практикалық конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ*

МАТЕРИАЛЫ

международной студенческой научно-практической конференции

«СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА 2023»

IV ТОМ

Бизнес және басқару, Туризм және қонақжайлылықты басқару /
Бизнес и управление, Туризм и управление гостеприимством

ШЫМКЕНТ – 2023

«МИРАС» УНИВЕРСИТЕТІ

«СТУДЕНТТІК ҒЫЛЫМ 2023»

*атты халықаралық студенттік ғылыми-практикалық конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ*

МАТЕРИАЛЫ

международной студенческой научно-практической конференции

«СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА 2023»

IV ТОМ

Бизнес және басқару, Туризм және қонақжайлылықты басқару /
Бизнес и управление, Туризм и управление гостеприимством

ШЫМКЕНТ – 2023

УДК 001
ББК 72
С84

Редакция алқасы (*редакционная коллегия*): М.Б.Мырзалиев, Н.Ф. Халықберген, А.Б-П.Даниярова, И.Ю.Хан, Т.С.Митрошенко, А.В.Роговой, С.Ж. Көшкінбаев, Г.П.Коптаева, Д.Б.Ешенкулова, М.Т.Сулейменова, Ж.А.Жуматаева, Д.С.Абдуллина, М.А.Усербаева, Д. Асқарова.

Студенческая наука 2023: Материалы международной студенческой научно-практической конференции. – Шымкент: типография «Әлем», 2023. – Т.4. (Бизнес и управление, Туризм и управление гостеприимством) – 497 с.

Студенттік ғылым 2023: халықаралық студенттік ғылыми-практикалық конференциясы материалдары. – Шымкент: «Әлем» баспаханасы, 2023. – Т. 4. (Бизнес және басқару, Туризм және қонақжайлылықты басқару) – 497 б.

ISBN 978-601-08-3649-5

«Студенттік ғылым 2023» атты халықаралық студенттік ғылыми-практикалық конференциясының материалдарында бизнес және басқару, туризм және қонақжайлылықты басқару, ақпараттық және телекоммуникациялық жүйелер, физика, құқықтану, педагогика және психология, филология, дизайн және көркем еңбек, дене шынықтыру және спорт, бастапқы әскери дайындық, химия және биология бағыттарының дамуы бойынша ғылыми еңбектер жарияланды.

В материалах международной студенческой научно-практической конференции «Студенческая наука 2023» опубликованы научные труды по развитию следующих направлений: бизнес и управление, туризм и управление гостеприимством, информационные и телекоммуникационные системы, физика, юриспруденция, педагогика и психология, филология, дизайн и художественный труд, физическая культура и спорт, начальная военная подготовка, химия и биология.



УДК 001
ББК 72
С84

ISBN 978-601-08-3649-5

© Университет «Мирас», 2023

БИЗНЕС ЖӘНЕ БАСҚАРУ БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ



ОӘЖ 657.2/32

БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕП САЛАСЫНДАҒЫ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕР

Абдиганиев В.Т., Батырбекова Б.Ө., Туришбекова А.А.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор – Агабекова Г.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В этой статье рассматриваются актуальные вопросы в области бухгалтерского учета.

Summary: This article examines current issues in the field of accounting.

Бухгалтерлік есеп - бұл кәсіпорынның ақпараттық базасы, бұл менеджмент, бақылау, жоспарлау, жоспарлау және талдау үшін өндірісті, қаржылық, инвестициялық және инновациялық қызметті жүйелеуге көмектеседі. Осылайша, бухгалтерлік ақпарат тиімді және тиімді басқару шешімдерін қабылдаудың маңызды құралы болып табылады. Бухгалтерлік есеп туралы ақпарат дәстүрлі түрде уақтылық, объективтілік, сенімділік, өзектілік, сенімділік, сенімділік, салыстыру және дәлдік сияқты қойылатын талаптармен таныстырылады. Сонымен бірге, экономикалық даму және басқарудың қазіргі кезеңінде бұл сонымен қатар, бұл сонымен қатар жоспарлау, болжау, талдау, бақылау, ақпараттың ішкі және сыртқы пайдаланушыларының қажеттіліктерін қанағаттандыру. Тиімді басқару шешімдерін жасаңыз.

Бухгалтерлік есептің заманауи нысандары бухгалтерлік тізілімдер жиынтығымен және олардағы бизнес операцияларын көрсету әдісімен ерекшеленеді. Ол бухгалтерлік есеп нысандарын біріктіреді, барлық бизнес операцияларын бастапқы құжаттармен бекітеді және оларды есепке алу тізілімінде көрсетеді. Кәсіпорынның бухгалтерлік есеп нысанын таңдауға әр түрлі факторлар әсер етеді: кәсіпорын ауқымы, бухгалтерлік есепті автоматтандыру дәрежесі және т.б.

Есеп беру жүйесінің басшылығы осы жүйенің мақсаттарын іске асыру үшін ақпаратты жинауға, жинақтауға, жалпылауға және өңдеу жүйесіне бағытталған. Ақпаратты пайдаланушылардың мүдделеріне байланысты жалпы есеп жүйесінде оның ішкі жүйелері дәстүрлі түрде бөлінеді: қаржылық есеп; Салық есебі және басқару есебі. Бухгалтерлік есептің барлық түрлері бастапқы мәліметтердің бірдей мәліметтер базасына негізделген, бірақ әртүрлі түсіндірулер мен қорытынды ақпарат болып табылады. Ақпараттық ортаның эволюциялық дамуы кезінде қазіргі заманғы бухгалтерлік есептің сапалы жаңа ішкі жүйелері, оның дәстүрлі түрлерін толықтырады: стратегиялық, экологиялық, әлеуметтік, инновациялық және т.б.

Стратегиялық бухгалтерлік есеп Бухгалтерлік есепті басқару нәтижесінде ортогенезті прогрессивті технологиясы ретінде қарастырылады. Яғни, стратегиялық есепке алу есебінің түбегейлі жаңа саласы емес, сонымен бірге басқарушылық есепті дамытудың жетілдірілген моделі болып табылады. Стратегиялық есеп, сонымен қатар басқарушылық есепке алу мемлекеттік деңгейде реттелмейді [1].

Бухгалтерлік есепті дамытудың қазіргі кезеңіндегі экологиялық есепке алу - бұл өте қарқынды дамып келе жатқан ішкі жүйе. Экологиялық есептің мақсаты - бұл кәсіпорынның экологиялық шараларының тиімділігін бағалауға және кәсіпорындардың қаржылық қызметіне әсерін анықтауға мүмкіндік беретін ақпараттық базаны құру және жаңарту.

Әлеуметтік бухгалтерлік есеп бухгалтерлік есептің жаңа бағыты болып табылады, бұл кәсіпорынның экономикалық белсенділігінің әрбір жеке фактісін қоғамның әлеуметтік қажеттіліктерімен салыстыруға мүмкіндік береді. Қазіргі уақытта әлеуметтік бухгалтер есепке алудың жекелеген түрі емес, бірақ қаржылық есептілікті пайдаланушылардың мүдделері үшін егжей-тегжейлі, сонымен қатар, сондай-ақ басшылық шешімдер қабылдау үшін әлеуметтік шығындарды ескере отырып, дәстүрлі бухгалтерлік есеп шекараларын кеңейтеді. Кәсіпорынның қоғамға әсері.

Бухгалтерлік есеп процесін жаһандық автоматтандыру және есепке алу жүйесінің тиімділігіне қойылатын талаптарды арттыру жағдайында, біздің ойымызша, бухгалтерлік есеп нысанын қолданған жөн. Бухгалтерлік есепте қолданылатын бағдарламалық өнімдерде қажетті реттеуші және заңнамалық ақпарат, есептік-есептік есептеулер, түрлі есептеу калькуляторлары, салық күнтізбелері және т.б., түрлі есептік жазбалармен жұмыс істеуге, түрлі есептік жоспарлармен жұмыс істеуге, әр түрлі мәліметтер базаларымен жұмыс істеуге мүмкіндік береді, синтетикалық және көп жылдық аналитикалық есеп.

Әлеуметтік есеп – бұл кәсіпорынның шаруашылық қызметінің әрбір жеке фактісін қоғамның әлеуметтік қажеттіліктерімен салыстыруға мүмкіндік беретін бухгалтерлік есептің жаңа бағыты. Қазіргі уақытта әлеуметтік есеп бухгалтерлік есептің жеке түрі емес, пайдаланушылардың мүдделері үшін қаржылық есептілік көрсеткіштерін егжей-тегжейлі көрсету мақсатында дәстүрлі бухгалтерлік есептің шекараларын кеңейтеді, сондай-ақ олардың әсеріне қатысты басқару шешімдерін қабылдау үшін әлеуметтік шығындарды есепке алуға назар аударады. кәсіпорынның қоғамдағы қызметі [2].

Бухгалтерлік есеп процесінің жаһандық автоматтандырылуы және бухгалтерлік есеп жүйесінің тиімділігіне қойылатын талаптардың артуы жағдайында, біздің ойымызша, бухгалтерлік есептің автоматтандырылған түрін қолдану орынды. Бухгалтерлік есепте қолданылатын бағдарламалық өнімдерде сонымен қатар қажетті нормативтік және заңнамалық ақпараттар, бухгалтерлік есепті ұйымдастыруға қатысты анықтамалық құжаттар, әртүрлі калькуляторлар, салық төлеу күнтізбелері және т.б. бар. Бағдарламалық қамтамасыз етудің әртүрлі конфигурациялары әртүрлі шоттар жоспарларымен

жұмыс істеуге және әртүрлі дерекқор деректерін жасауға мүмкіндік береді. , синтетикалық және көп деңгейлі аналитикалық есепті ұйымдастыру [3].

Кәсіпорында бухгалтерлік есепті ұйымдастыру механизмі келесі негізгі элементтерді қамтиды.

1. Бухгалтерлік қызметтің ұйымдық құрылымын қалыптастыру және ұйымдық-өкімдік құжаттаманы әзірлеу (бухгалтерлік есеп қызметкерлерінің лауазымдық нұсқаулықтары, бухгалтерлік қызмет туралы ережелер).

2. Кәсіпорында бухгалтерлік есепті ұйымдастырудың негізі ақпаратты өңдеу технологиясы болып табылады.

3. Кәсіпорынның есеп саясаты бүкіл бухгалтерлік есеп жүйесінің негізін құрайды.

4. Кәсіпорынның есеп саясаты бүкіл бухгалтерлік есеп жүйесінің негізін құрайды.

Осылайша, кәсіпорында бухгалтерлік есепті ұйымдастыру механизмін зерттей келе, бухгалтерлік есепті жетілдіру бағыттары теориялық тұжырымдамаларды әзірлеуді және бухгалтерлік есеп процесін құқықтық және әдістемелік қамтамасыз етуді әзірлеуді қамтуы керек деген қорытындыға келуге болады. Теориялық концепциялардың дамуы бухгалтерлік есептің принциптері мен ережелерін анықтаудағы мемлекеттің рөлінің өзгеруімен қатар жүруі керек, яғни. жаһандану процестерін ескере отырып, институционалдық реформаларды жүргізу қажет.

Жаһандану процесі, сөзсіз, бухгалтерлік есеп процесін ұйымдастыруға әсер етті: ол жаңа тәуекелдерді тудырды, мүлдем жаңа теориялық және әдістемелік әзірлемелерді іздеу қажеттілігін анықтайтын жаңа проблемаларды тудырды, сондай-ақ барларын әзірлеу және жаңа заманауилар. бухгалтерлік есеп ұғымдары.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Шевелев А.Е. Организация бухгалтерского учета в современных условиях / А.Е. Шевелев // Вестник ЮУрГУ, № 3, 2013. Серия «Экономика и менеджмент» – Т.7. — с. 188-190.

2. Сахчинская Н.С. Учетная политика коммерческих организаций: методология формирования и механизм реализации: дис. док. эк. наук: 08.00.12: / Н.С. Сахчинская. – Тольятти.

3. Нурсейтов Э.О. Обзор состояния бухгалтерского учета и аудита в Казахстане. URL: <http://profa.kz/> (дата обращения: 04/02/2019).

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА: СОЦИАЛЬНОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ, СИЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И ДОСТУПНОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

Абдигапиров С.К., Караманова А.Б., Пернебаев Р.У.
Научный руководитель: к.э.н., ст.преподаватель Агабеков А.Ю.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйіндеме: Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Үкіметпен және сарапшылар қауымдастығымен бірлесе отырып, озық халықаралық елдердің ұқсас жүйелерінің тәжірибесін ескере отырып осы жүйені жаңартты.

Summary: The agency of the Republic of Kazakhstan for Strategic Planning and reforms, together with the government and the expert community, has updated this system taking into account the experience of similar systems of Advanced International countries.

Система государственного планирования сохранила трехуровневую иерархическую систему, обеспечивающую реализацию Стратегии «Казахстан-2050» в современных условиях и в сочетании со сложившимися тенденциями мирового развития с учетом внедрения новых документов и перезагрузки существующих [1].

Стратегия "Казахстан-2050", как уже неоднократно отмечалось, остается основным документом (или документом высокого уровня) страны, определяющим долгосрочное видение развития государства.

Общенациональные приоритеты Республики Казахстан на период до 2025 года разделены на три направления:

- благосостояние граждан;
- качество институтов;
- мощная экономика.

Направление "благосостояние граждан" включает три приоритета:

- справедливая социальная политика;
- доступная и эффективная система здравоохранения;
- качественное образование.

Направление "качество институтов" включает четыре приоритета:

справедливое и эффективное государство, защищающее интересы граждан;

- новая модель государственного управления;
- популяризация ценностей патриотизма;
- укрепление национальной безопасности.

"Мощная экономика" состоит из трех приоритетов:

- создание диверсифицированной и инновационной экономики;
- активное развитие экономической и торговой дипломатии;
- сбалансированное территориальное развитие.

Каждый приоритет будет иметь около 1-3 измеримых индикаторов, и их достижение окажет значительное положительное влияние на качество жизни граждан Казахстана.

Все нижестоящие документы системы государственного планирования, в том числе Национальный план развития Республики Казахстан, план развития территорий и стратегия национальной безопасности, должны быть направлены на выполнение общенациональных приоритетов.

На основе общенациональных приоритетов разрабатываются документы первого уровня, которые:

национальный план развития до 2025 года, преобразованный из стратегического плана развития;

план развития преобразованных территорий от Прогнозной схемы развития территорий до 2025 года;

стратегия национальной безопасности.

Документы второго уровня-это Концепции развития отрасли и национальных проектов.

Концепции развития отрасли будут определять видение развития отрасли или раскрывать политику в соответствующих областях на среднесрочном и долгосрочном этапах.

Национальные проекты станут отдельными важнейшими документами для достижения общенациональных приоритетов, целей, задач и индикаторов Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и будут финансироваться преимущественно из бюджета.

Документы третьего уровня-это документы реализации. Планы развития государственных органов, квазигосударственных организаций, местных исполнительных органов будут характеризовать механизмы реализации задач вышестоящих документов [2].

Таким образом, будет обеспечена четкая связь между всеми документами трех уровней, направленными на выполнение общенациональных приоритетов и, соответственно, Стратегии «Казахстан-2050».

Реализация национальных проектов будет находиться под пристальным контролем руководства страны. Для этого система государственного планирования предполагает следующее:

активное использование проектного управления. Правительство создало специальный институт – офис мониторинга реализации национальных проектов;

Data Driven Government, то есть запуск правительственной платформы на основе данных. Создан Национальный аналитический центр мониторинга реформ, позволяющий управлять данными, осуществлять постоянный мониторинг и, что наиболее важно, профилактическую политику. С помощью информационной системы Smart Data Ukimet обеспечивается полная и интерактивная демонстрация данных для оперативной оценки ситуации в конкретный момент [3].

Кроме системы государственного планирования Указом Главы государства утверждена Концепция развития государственного управления в Республике Казахстан до 2030 года.

Данный документ отражает видение и принципы развития системы государственного управления, а также определяет подходы к совершенствованию ее основных направлений до 2030 года.

Цель концепции-переход к сервисной и «человеко – центральной» модели государственного управления, в которой граждане и их благополучие являются главной ценностью [4].

При формировании и реализации государственной политики государственный аппарат и государственные служащие будут руководствоваться пятью основными принципами государственного управления. Государство должно быть «слушающим народ», эффективным, подотчетным обществу, профессиональным и прагматичным.

Чтобы следовать этим принципам, государственному аппарату необходимо выполнить девять основных задач:

- 1) формирование клиентоориентированного и открытого государственного аппарата;
- 2) совершенствование подходов к стратегическому и бюджетному планированию, а также проведению реформ;
- 3) формирование оптимального и эффективного государственного аппарата;
- 4) переход на проактивные государственные услуги, основанные на потребностях граждан;
- 5) улучшение качества человеческих ресурсов и профессионализация государственного аппарата;
- 6) формирование эффективного, оптимального и прозрачного квазигосударственного сектора;
- 7) дальнейшее совершенствование местного самоуправления;
- 8) создание благоприятных условий для развития бизнеса;
- 9) трансформация системы и администрирования, а также правоохранительной системы для создания сервисной модели государства.

Для достижения целей и задач Концепции предусмотрен ряд конкретных инициатив по каждому направлению [5].

Качественное исполнение документа должно способствовать повышению эффективности государственного управления, прозрачности и подотчетности государственного аппарата, улучшению связей между государством и гражданами, укреплению доверия населения к институтам государства.

Коронакризис ускоряет растущую тенденцию к неравенству во всем мире. Во-первых, это связано со значительным ростом безработицы. Возрастает нагрузка на систему социальной защиты. Ускоряются структурные изменения на рынке труда, вызванные формированием "экономики знаний". Меняются модели образования, обостряются вопросы продовольственной безопасности, кардинально пересматриваются подходы к развитию системы здравоохранения.

В условиях» новой реальности " Национальный план обеспечивает формирование новой модели развития, основанной на семи основных принципах:

справедливое распределение благ и обязанностей;

ведущая роль частного предпринимательства;

честная конкуренция;

рост производительности, повышение сложности и технологичности экономики;

развитие человеческого капитала;

охрана окружающей среды;

принятие государством мотивированных решений и ответственность за них перед обществом.

Выход на новую траекторию развития обеспечит реальный рост качества жизни и доходов населения.

Национальный план состоит из 10 общенациональных приоритетов по трем направлениям: благосостояние граждан, качество институтов и сильная экономика [6].

Несырьевой экспорт увеличится в 2 раза на 4 41 млрд. Карта стратегических показателей до 2025 года станет показателем прогресса в реализации задач Национального плана. Карта состоит из 41 показателя по трем направлениям, структурированным по отраслям, регионам с утверждением ответственных государственных органов. Результатом практической реализации Национального плана станет обеспечение роста экономики к 2025 году на уровне более 5%.

Список литературы:

1. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
2. Бойко Мария Азы экономики. Учебник. М.: Книга по Требованию. 2015. 472 с.
3. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020. 272 с.
4. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020. 298 с.
5. Глухов В., Балашова Е. Экономика и менеджмент в инфокоммуникациях. СПб.: Питер. 2012. 272 с.
6. Горелов Н. А., Кораблева О. Н. Развитие информационного общества: цифровая экономика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт. 2019. 242 с.

ЖАҢА ЗАМАНДАҒЫ БУХГАЛТЕРИЯ

Абдукасова Д.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Қазақстан

Резюме: В статье рассказывается об истории развития бухгалтерии. Представлена интересная информация о древней бухгалтерии и ее изменениях, соответствующих каждому этапу

Summary: The article tells about the history of the development of accounting. It is interesting to know about the ancient bookkeeping and its changes for each period

Бухгалтерия - шаруашылық жүргізуші субъектінің оның мүлкі мен міндеттемелері туралы деректерді жинақтауға арналған штаттық-құрылымдық бөлімшесі. Бухгалтерлік есеп тиімді басқаруды қамтамасыз ету мақсатында басқарушылық шешімдер қабылдау үшін қажетті құжатталған және құрылымдық экономикалық ақпараттың көзі болып табылады.

Бухгалтерлік есептің басталуы барлық суару типті өркениеттерде қолданылды. Бұл түрдің алғашқы белгілі мысалдары-Вавилон патшалығы кезеңіндегі сазды тақтайшалар. Қарабайыр есептің сол түріне жатады, мысалы кипу-Инка түйінді жазу жүйесі [1].

Ежелгі Римде жеке кәсіпкерліктерде «Adversaria» (журнал) және «Liber rationis» (санау кітабы) қолданылған, әйтпесе «codices accepti et depensi» (қабылдау және шығару кітабы) деп аталады. Олардың біріншісінде өндіріске байланысты барлық операциялар атап өтілді, ал екіншісінде олар санаттарға бөлінді. Осы кітаптардан басқа, несие мерзімдерін белгілеу үшін «Kalendarium» кітабы да ауыстырылды және банкирлер де қолданыста болды. Сондай-ақ, жер мен мал шаруашылығынан түскен кірісті жазуға арналған «Патримониорум» кітабы болды. Шоттарды жүргізу міндеті «ratiocinator» а немесе бухгалтер, «логограф» немесе шот-фактураға жүктелді.

Римдік бухгалтерлік дәстүрлер жалғасуда. Шоттардың дәлдігі мен құқықтық негізділігінің өсуіне Рим құқығы тұжырымдамасы және сауда (шаруашылық) құқығының пайда болуы ықпал етті.

Компаниядағы бухгалтердің рөлі

Бірде-бір бизнес-жоба сапалы ұйымдастырылған бухгалтериясыз жасай алмайды. Егер қаржылық мәселелерді жауапсыз қызметкер шешсе, табысты компания құру мүмкін емес. Сондықтан кез-келген фирмадағы бухгалтердің рөлі баға жетпес. Компанияның дамуы оның жұмысына байланысты, сондықтан оған үлкен жауапкершілік жүктеледі.

Осыған байланысты қызметкерлердің жүктемесі мен міндеттерінің саны орасан зор. Бақытымызға орай, біз технологияның қарқынды даму кезеңінде өмір сүріп жатырмыз. Бухгалтерлік есеп те бір орында тұрмайды. Қазірдің өзінде заманауи бухгалтерлік есепті едәуір жеңілдететін көптеген бағдарламалар бар. Бағдарламалар, қызметтер, қосымшалар – барлық процестерді оңтайландыруға арналған құралдардың үлкен таңдауы.

Бірақ технологияның алуан түрлілігіне қарамастан, көптеген компаниялар консервативті көзқарастарды ұстанады. Бухгалтерлік есеп қолмен жасалады, құжаттар үлкен үй-жайларда-мұрағаттарда сақталады және қағаздарды контрагентке беру үшін оларды жеткізуге бірнеше сағат жұмсау керек.

Мұндай компаниялардың қызметкерлері жұмыс күнін күнделікті өмірге, қажетті құжаттарды іздеуге және сұрауға, есептер шығаруға және бастапқы құжаттамамен жұмыс істеуге жұмсайды. Оларда компанияны жаңа деңгейге көтеретін және жоғары пайда әкелетін күрделі стратегиялық міндеттерді шешуге бос уақыт қалмайды.

Қазіргі әлемдегі бухгалтерлік есеп бір қадам алға жылжыды. Сандық бухгалтерлік есептің функциялары мен артықшылықтарын мұқият қарастыра отырып, қазіргі заманғы технологиялар қызметкерлер мен фирма иелерінің өмірін едәуір жеңілдететіні белгілі болады.

Қазіргі экономикадағы бухгалтерлік есеп. Қызметкерлердің жұмысын қандай функциялар жеңілдетеді?

ЭҚҚ - бұл электронды құжаттарды құру және оларды интернет арқылы бөлісу технологиясы. ЭҚҚ компаниялар мен кәсіпкерлерге әртүрлі үлгілер бойынша файлдарды жылдам жасауға және оларды қауіпсіз арналар арқылы жіберуге мүмкіндік береді. Жүйе қызметкерлерге қателіктерден аулақ болуға, есеп беру мерзімдерін қысқартуға, қағазбастылықтан арылуға және бухгалтерлік істің кең дамуына ықпал етеді.

Алайда, ЭҚҚ-да құжаттармен алмасуды ұйымдастыру және оларды 1С-Бухгалтерияға автоматты түрде жүктеу үшін деректерді тану функциясы бар арнайы бағдарламалық жасақтаманы орнатып, электронды қолтаңба алу керек.

ЭҚ (электрондық қолтаңба) - бұл пароль немесе кілт деп аталатын сандардың немесе әріптердің шифрланған тізбегі. Электрондық қолтаңбаның бірнеше түрі бар (қарапайым ЭҚ, біліктілігі жоқ ЭҚ, білікті ЭҚ). Олар деңгейі мен мүмкіндіктерімен ерекшеленеді, бірақ бір мақсаты бар – оның иесіне уақытты үнемдеу. Электрондық қолтаңбаның көмегімен құжаттарды онлайн режимінде, іссапарларсыз және іскерлік кездесулерсіз алмасуға болады. Заманауи бухгалтерлік есеп бізге кеңседен шықпай-ақ мәмілелер жасауға мүмкіндік береді [2].

Құжаттарды тану - бухгалтерлік есепті автоматтандырудың маңызды функциясы. Бланкілерді қолмен толтырмау үшін заманауи компьютерлік бағдарламалар қағаз құжаттардан деректерді сканерлеуге және олардан - электрондық бағдарламаларды қалыптастыруға қабілетті. Бұл қызметкердің күнделікті міндеттерін 80% - ға дейін қысқартады.

Электрондық мұрағат-бухгалтерлік есепті дамыту жағдайында орын мен ақшаны үнемдеуге мүмкіндік беретін ең ыңғайлы мүмкіндіктердің бірі. Барлық сканерленген қағаздар балеты медиада сақталады және бүкіл кеңістікті алмайды. Қызметке қол жеткізе алатын кез-келген адам іздеу арқылы қажетті құжатты таба алады, оны жүктей алады немесе одан әрі жұмыс істеу үшін басып шығара алады.

Қазір осы мүмкіндіктерге ие көптеген бағдарламалар бар. Мысалы, Opera бухгалтерлеріне арналған мультисервис бірнеше минут ішінде бухгалтерлік есеп тапсырмаларын орындайды:

* Сіз жай ғана құжаттарды сканерлейсіз немесе суретке түсіресіз (актілер, УПД, шот-фактуралар, чектер)

* Қызмет жүйеде құжаттарды таниды және қалыптастырады

* Құжаттарды сіздің есептік жүйеңізге өз бетінше тапсырады

* Барлық құжаттар мұрағатта қалады және салық немесе контрагенттерге ұсыну үшін оңай жүктеледі

Кез-келген чектерді QR коды бойынша 1С немесе электронды мұрағатқа жүктеу ыңғайлы. Сіз телефонның камерасын qr кодына бағыттайсыз, бағдарлама чекті сканерлейді, алынған деректер жүйеге автоматты түрде жүктеледі. Enter бағдарламасының артықшылықтары бухгалтерге ең аз күш жұмсауға мүмкіндік береді, бірақ құжаттарда тәртіп пен дәлдікті сақтайды:

- құжаттардың барлық түрлерін 98-ден жоғары дәлдікпен таниды%,

- оны 2 минут ішінде 1С-қа енгізеді,

- email, EDO-дан құжаттарды жүктейді,

- 1С, менің ісім және 1С Fresh үйлесімді,

- ЕГРЮЛЬ базасы бойынша контрагенттерді тексереді,

- математикалық амалдарды қайта есептейді.

Қазіргі бухгалтерияға қалай келуге болады?

Әлем бір орында тұрмайды. Бірте-бірте технология біздің өміріміздің барлық салаларын қамтиды. Қазіргі әлемдегі бухгалтерлік есеп те модернизациялануда. Процестерді автоматтандыру үшін бағдарламаларды белсенді қолданатын компаниялар қарқынды дамып келеді. Қызметкерлер стресстер, авралдар және форс-мажорлар жоқ жұмыстан ләззат алады, ал иелері пайда мен өз істерінің сәттілігін байқайды [3].

Компанияңызды оңтайландыруды «жақсы уақытқа дейін» кейінге қалдырмаңыз. Қызметкерлеріңіздің жұмысын жеңілдетіңіз, оларды дамытуға, маңызды міндеттерді шешуге уақыт бөліңіз. Дәл қазір байқап көріңіз және заманауи бухгалтерия күнделікті өмірді бірнеше есе азайтып, компаниядағы процестерді реттей алатынына көз жеткізіңіз. Пішінді толтыру арқылы Opera-ға тегін сынақ рұқсатын алыңыз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Андреев В.Д. Введение в профессию бухгалтера: Учебное пособие / В.Д. Андреев, И.В. Лисихина. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 192 с.

2. Парасоцкая Н.Н. Бухгалтерский учет: современные вызовы, приоритеты и пути развития. том 1 / Н.Н. Парасоцкая. - М.: Русайнс, 2017. - 496 с.

3. Воронина, Л.И. Бухгалтерский учет: Уч. / Л.И. Воронина, И.В. Осипова. – М.: Альфа-М, 2017,- 352с

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОБРАБОТКА ПЕРВИЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ В СИСТЕМЕ 1С- БУХГАЛТЕРИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Абдукасова Д.А., Амантай Б. Ш., Убаева М. Б.

Научный руководитель: старший преподаватель Ажибекова А.Д.

Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Қазақстан Республикасында ХҚЕС 2005 жылдан бастап енгізілген

Бұрынғы уақытта бухгалтерлік есеп перфокарталарды, Excell, SAIL, BIS және т.б. кестелік бағдарламаларды қолдану арқылы қолмен жүргізілді. Кеңселік компьютерлік есепшоттар да пайдаланылды, содан кейін ШОБ (машиналық есеп бюросы) перфоленталарда өңдеу басталды.

Summary: Accounting processing of primary documents in the 1С-Accounting system in the Republic of Kazakhstan IFRS has been introduced in the Republic of Kazakhstan since 2005.

In the old days, accounting was carried out manually, using punched cards, spreadsheet programs Excell, SAIL, BIS, etc. Office computer accounts were also used, then processing began on punched tapes in the SME (machine accounting bureau).

Бухгалтерская обработка первичных документов в системе 1С-Бухгалтерия в Республике Казахстан. В Республике Казахстан с 2005 года введено в действие МСФО. В старые времена бухгалтерский учет велся вручную, с применением перфокарт, табличной программы Excell, ПАРУС, БИС, и др. А также применялись конторские счет ЭВМ, затем началась обработка на перфорационных лентах в МСБ (машиносчетном бюро) Бухгалтеры отправляли на обработку материальные отчеты складов после сверки бухгалтерии и складов. Причем на каждом складе материальные отчеты с приложениями разносились в карточки количественного учета вручную садились материальный бухгалтер, закрепленный за данным складом и картотетчица друг против друга и сверяли товары по позициям, в результате определялись излишки или недостача товаров. Излишки обнаруживались ,если кладовщик вовремя не разносил приходные накладные в карточки, а недостача обнаруживалась, если расходные документы не вовремя разносились или вовсе не разносились в карточку складского учета. А так же приемка товаров производилась с опозданием или не заполнялся во время приемный акт тоже происходили ошибки [1].

При поступлении товаров на склад существовал товаровед бракер, он присутствовал при разгрузке товаров и оформлял акт комиссионной выгрузки товаров. В 2000 году при переходе ручной обработки на компьютерную уже велась программа 1С-Бухгалтерия 6,0 версия. Эта программа только начала вводиться с 1995 года и свернулась в 2000 году, все суммы свернулись по дате в нули 000000. Затем Российский разработчик Слава выпустил в свет программу 1С- 7.7.Она была уже актуальна, т.е все справочники вносились вручную и первичные документы вводились оператором в программу. Она была удобная в применении, но очень много времени уходило на ввод информации:

справочники вводились вручную, данные формировывались через многогранные отчеты, продолжительность их длилась 2-5 лет, и до сих пор некоторые предприятия ее применяют. Эта трудоемкая обработка документов сменилась программой 1С-8,3. В программе существует много версий:

1С-ТОРГОВЛЯ; 1С-ТОРГОВЛЯ И СКЛАД; СКЛАД АПТЕКА;
1С-ГУ; 1С-КАДРЫ; 1С-ПРОИЗВОДСТВО.

Многие предприятия для удобства привязали к программе 1С-Бухгалтерия родительскую плату—это в детских домах, садах, яслях, в домах престарелых, школах, училищах. В разных организациях с различной формой собственности применяют программу, которая подходит по профилю, по форме собственности [2].

В далекие старые времена мы заполняли приходные и расходные кассовые документы-ордера вручную, затем составляли на их основе отчет кассира, а отчет в свою очередь разносили в журнал-ордер-1 по приходу, а вспомогательную ведомость к журнал-ордеру разносили расход кассы. В общем они представляли собой шахматную оборотную ведомость. Затем все обработанные журналы- ордера мы записывали в отчет о движении денежных средств. Сейчас он называется Отчет о движении денег, выбирали период составления и разносили - производя сверку с другими бухгалтерами: бухгалтером по банку, по выданным авансам, по оплате с поставщиками и покупателями (дебиторами) [3].

Программа 1С-8,3 вышла в свет как 5 лет, она ускорила работу бухгалтеров, т.е отчетность за 1 секунду. Скорость обработки увеличилась в двое, справочники: курсы валют, контрагенты, банки, ед.измерения все с настройками готовы к применению, т.е бухгалтер оператор правильно нажатием клавиш вбивает данные с отчетов, с первичных документов, правильно производит сортировку и отчет готов.

Отчетов в программе множество: Отчеты –регламентированные, т.е. законно утвержденной форме — это:

1. Финансовая отчетность нужно выбрать период, и нажав кнопку ЗАПОЛНИТЬ формируется данные отчетов и их приложений того или иного предприятия.

2. Статистическая отчетность форма 1Т-ТРУД, 2 форма ОС, которая подсчитала сумму основных фондов данного предприятия, его амортизацию и остаточную стоимость ОС, т.е. дает характеристику чем дышит то или иное предприятие, каково его состояние, какие расходы оно понесло, какова текучесть кадров в данном предприятии и делается вывод. Сдается она в электронном виде в государственные органы Департамента Статистики.

3. Налоговая отчетность Это сформированные готовые декларации, которые должно предприятие вместе с расшифровкой отправить через интернет в органы налогового департамента. Это формы декларации: Ф 200,0 200,01 200,02. Ф100-КПН, Ф300-НДС, Ф870- форма охран окружающей среды. Эти декларации заполняются автоматически при нажатии клавиш

заполнить. Для этого при ведении бухгалтерского учета поставить на налоговый учет в налоговой учетной политике. Все приходные и расходные счета-фактуры должны регистрироваться в надлежащих документах. Счет-фактура полученная, счет-фактура выданная, налогоплательщик, налога на землю, на транспортный налог, соц.налог по ИПН, КПН, НДС и другие виды налогов при расчете в системе 1С-Бухгалтерия.

На сегодняшний день руководителям предприятий приходится принимать решения в условиях неопределенности и риска. Это вынуждает их постоянно держать под внимательным контролем различные формы финансово – хозяйственной деятельности. Эта деятельность отражена в большом количестве документов, содержащих разнородную информацию [4].

Грамотно обработанная и систематизированная, она является в определенной степени гарантией эффективного управления производством. Напротив, отсутствие достоверных данных может привести к неверному управленческому решению и, как следствие, к серьезным убыткам. Если не брать во внимание умышленные противоправные действия, то все ошибки бухгалтерского учета совершаются либо по небрежности (например, арифметические ошибки), или из – за незнания особенностей ведения бухгалтерского учета, законов о бухгалтерском учете, учетной политики, кодекса о налогах и платежах на Казахстанских предприятиях. Такие ошибки практически неизбежны при ведении ручного учета или при использовании устаревших или нелегальных версий программных комплексов. В современном мире программа 1С-Бухгалтерия все время обновляется автоматически ежегодно, а иногда ежеквартально.

Четкие бухгалтерские системы вне зависимости от их объема, громоздкости, программной платформы и стоимости, обязательно обеспечивают качественное ведение учета, надежны и удобны в применении, ее эксплуатации. В самом деле бухгалтерские системы должны, по мере применения, безошибочно производить арифметические расчеты; обеспечивать своевременную подготовку к отчетности, она автоматически производит заполнение, проверку и распечатку первичных и отчетных документов произвольной формы 1С: Бухгалтерия 8,3-это самая актуальная программа, способная выводить автоматизированную отчетность на качественный высокий уровень, решает задачи бухгалтерской службы разного вида собственности на Казахстанских предприятиях [5].

- Поддерживает разные системы налогообложения и налоговой политики, сдачи отчетов;
- Учет материальных запасов, партионный учет, расчеты с разными контрагентами, ведет выписку первичных документов;
- Рассчитывает заработную плату и учет удержаний из нее, учет денежных подразделов;
- Обмен с другими программами и сайтами.

Список использованной литературы:

- 1.Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» от 11.2017
- 2.Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007г. №234-III ЗРК с изменениями и дополнениями от 26.12.2012 г.
3. Концептуальная основа составления финансовой отчетности, 2017
4. Сейдахметова Ф.С. Современный бухгалтерский учет. Учебное пособие. Издание 2-ое переработанное и дополненное. - Алматы: ТОО «Издательство LEM, 2016г.
5. Сейдаханова Ф.С. Бухгалтерская отчетность, её виды и назначение: Учеб. пособие. - Алматы: LEM, 2015.

УДК 657.01(075)

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

Абдулова К.Р., Дүйсенбек М.Н., Қанапия А.Н.

Научный руководитель – старший преподаватель Кененбаева З.М.

Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Есеп саясатын қалыптастыру негіздері

Summary: Fundamentals of accounting policy formation

Понятие учетной политики различают в двух случаях; первое - учетную политику, установленную государственными и общественными организациями, второе - внутреннюю учетную политику предприятий. Рассмотрим вопрос внутренней учетной политики предприятий, разрабатываемых и формируемых в предприятиях.

В Международном стандарте финансовой отчетности (IAS) 8 учетная политика определяется как «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» [1].

Для подготовки информации о финансово-хозяйственной деятельности организации главному бухгалтеру или руководителю организации необходимо в течение 90 дней со дня регистрации организации сформировать учетную политику и в дальнейшем ее актуализировать.

Основной целью и основной задачей принятой учетной политики является максимально адекватное отражение деятельности организации, формирование полной, объективной и достоверной информации о ней, полезной для принятия эффективных экономических решений.

Учетная политика, сформированная на каком-либо конкретном предприятии, должна охватить все стороны организации бухгалтерского учета, как методологическую, организационную и техническую.

Приказ руководителя об учетной политике предприятия состоит из трех основных разделов: методика учета объектов бухгалтерского учета, организация бухгалтерского учета и техника ведения учета.

Техника бухгалтерского учета - это совокупность методов, используемых организацией при построении процесса бухгалтерского учета. Учетная

политика отражает только те методы, которые эта организация использует частично, с учетом особенностей своей работы [2].

Перечень основных элементов, которые необходимо отразить в учетной политике организации по организационно-техническим аспектам.

Необходимым условием того, чтобы сформировать эффективное направление учетной политики, каждое ответственное лицо должно хорошо знать принципы бухгалтерского учета и соответствующие ему конкретные методы, процесс налогообложения, управление финансами и многие другие вопросы хозяйственных отношений. К сожалению, некоторые руководители организаций и ответственные бухгалтеры не имеют глубокого понимания указанных вопросов.

В первую очередь руководители организаций несут ответственность за правильность составления итоговой бухгалтерской отчетности в соответствии с развитием в этот период рыночных отношений, собственной экономики и хозяйственного процесса. Ответственность за качественное формирование учетной политики несут ответственные бухгалтеры организаций. Термины надежность и полнота являются широкими терминами, которые описывают значение друг друга. То есть, исходя из этих терминов, методы и критерии учета, применяемые на практике, должны применяться вполне в рамках учетной политики. В связи с этим бухгалтеры организаций должны качественно формировать учетную политику в организациях, сочетая самостоятельность и профессиональные знания и технические возможности. Бухгалтеры, формулирующие учетную политику, не только знают теорию бухгалтерского учета, но и:

- в какой степени учетная политика применяется на практике в зависимости от содержания и сущности;

- знать реализацию различных вариантов и какие методы использовать при формировании учетной политики.

В процессе формирования учетной политики бухгалтеры должны обращаться к специальным учебникам, статьям, методическим документам и материалам, опубликованным известными авторами и официальными органами.

Кроме того, бухгалтеры должны изучить и использовать опыт других бухгалтеров с высоким уровнем образования и профессионализма, а также ранее опубликованные сводки бухгалтерского учета, которые послужат хорошей основой для формирования учетной политики. Ответственность за применение возможных предписаний (альтернатив) при формировании учетной политики возлагается на главных бухгалтеров.

Процесс применения официальных документов, основополагающих методологий и правил учетной политики, должен быть составлен достаточно компактно, чтобы не сбивать с толку аналитиков финансовых показателей. Следует показать, что в системе итогового учета за прошлый год методы в учетной политике, составленной на этот год, сложились значительно надежнее, чем методы, введенные в систему итогового учета.

Специалисты, разрабатывающие учетную политику, должны уметь изучать основные элементы учетной политики, содержание и особенности первичных документов, типовой план счетов бухгалтерского учета, методы оценки активов и обязательств, порядок начисления амортизации, инвентаризацию имущества, оценку незавершенного производства, правила документооборота, технологию обработки информации и др.

При формировании учетной политики следует руководствоваться следующими основными принципами:

а) активы и обязательства данной организации учитываются самостоятельно от активов и обязательств собственников (вкладчиков, инвесторов) (принцип самостоятельности);

б) тот факт, что организация продолжает свою деятельность непрерывно до неопределенного времени, что эта организация не будет ликвидирована в ближайшее время и что организация не будет сокращать сферу своей деятельности (принцип непрерывности)

в) то, что выбранная учетная политика применяется с преемственностью от одного года к другим годам (принцип преемственности);

г) независимо от срока поступления выручки от реализации готовой продукции, она должна найти отражение в бухгалтерском учете в том периоде, когда операция была совершена (принцип начисления) [3].

В целях облегчения процесса формирования учетной политики предприятия активы, собственный капитал и обязательства должны быть сгруппированы:

- по преемственности нематериальных активов и их амортизации, основных средств и их износа, инвестиций в внеоборотные активы в зависимости от плана счетов бухгалтерского учета;

- нематериальные активы, товарно-материальные ценности, незавершенное производство, задолженность по долгам, определенные по мере увеличения в составе бухгалтерского баланса активных статей, т.е. по степени ликвидности;

- по принципу специальной преемственности по мере появления источников активных средств (собственный капитал, обязательства).

Организации могут использовать другие методы группировки, которые удобны и гибки при разработке учетной политики.

Чтобы правильно работать с учетной политикой организации, необходимо соблюдать полноту, своевременность, осмотрительность, последовательность, рациональность и приоритетность содержания над формой.

Целью построения учетной политики предприятия является финансовый, управленческий и налоговый учет.

Для выбора учетной политики соответствующей хозяйственной деятельности предприятия необходимо изучить ряд факторов, частично зависящих от хозяйствующего субъекта: вид и объем деятельности предприятия, организационно-технические вопросы, правовое положение и

перспективы. цели, характер процесса утверждения бюджета и долгосрочных договоров, компетенция работников, а также налоговая и денежно-кредитная политика страны и т.д.

Имеют место несколько стадий процесса формирования учетной политики организации:

1. определение объектов и субъектов бухгалтерского учета, при взаимодействии которых должна строиться учетная политика;
2. выявление, анализ и оценка факторов, с помощью которых выбирается способ организации и ведения бухгалтерского учета;
3. выбор и обоснование исходных правил построения учетной политики;
4. выбор методов ведения учета в соответствии с каждым приемом и объектом бухгалтерского учета;
5. определить методы бухгалтерского учета, подходящие для использования на данном предприятии;
6. документальное оформление выбранной учетной политики [4].

Таким образом, целью сформированной учетной политики является: не допускать ошибок при выполнении операций бухгалтерского учета, не искажать факты, оценивать финансовое положение организаций, обеспечивать непрерывность хозяйственной деятельности, оценивать и списывать материальные активы, формировать максимально высокую степень гибкой учетной информации в направлении создания резерва чистой прибыли.

Учетная политика с точки зрения пользователей информации о финансовом итоговом отчете должна полностью отражать реальную ситуацию – какие методы используются, как был составлен итоговый отчет за несколько отчетных периодов, как выполняется работа по финансовому анализу, а также как предоставляется дополнительная информация об изменениях в области получена информация о деятельности организации и т.д. Для реализации указанных целей в реальной практике используются различные правила и методы учета. Расчетные методы сочетаются с целью признания истинных фактов. То есть, мы должны знать, как достичь соответствующей цели путем эффективного и гибкого внедрения методов бухгалтерского учета.

Список использованной литературы:

- 1.Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки». 2015г.
2. Э.О. Нурсеитов, Бухгалтерский учет в организациях (учебное пособие). ТОО «Издательство LEM», 2015 г.
3. Бухгалтерский учет. Учебник / Под ред. Бабаева Ю.А., Бобошко В.И.. - М.: Юнити, 2017. - 1279 с.
4. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет [Текст] / Н.П. Кондраков. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 524 с.

УАҚЫТТЫ БАСҚАРУ, КӘСІПОРЫННЫҢ АДАМ РЕСУРСТАРЫН ПАЙДАЛАНУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ТӘСІЛІ РЕТІНДЕ

Абдураимова Н.Е, Чуишбек Ж.С., Мамыр Ф.Б.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Бекебаева М.О.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Рассмотрено понятие "тайм-менеджмент". Проанализированы и раскрыты различные подходы ученых к определению сущности тайм-менеджмента. Предложено авторское толкование понятия "тайм-менеджмент". Рассмотрено существующий инструментарий тайм-менеджмента и проанализированы особенности его применения в отечественной практике. Обоснована важность применения методик управления рабочим временем с целью повышения эффективности функционирования предприятий в современных условиях.

Summary: The concept of time management is considered. Various approaches of scientists in determining the essence of time management are analyzed and revealed. The author's interpretation of the concept of time management is offered. Existing time management tools are considered and peculiarities of its application in domestic practice are analyzed. The importance of applying working time management techniques to increase the efficiency of functioning of enterprises in modern conditions is substantiated.

Кіріспе. Ғылыми-техникалық прогресс болып табылатын көптеген факторлардың әсерінен құнды ресурстарды тиімді пайдалану мәселесі туындайды, олардың бірі-уақыт. Бұл аспектіні қарастыру кез-келген қызметте өзекті болып табылады, өйткені уақыт алға қойылған мақсаттарға жетуде маңызды рөл атқарады.

Өзектілігі. Кәсіпкерлік қызметті дамытудың қазіргі кезеңіндегі осы мәселенің өзектілігіне жұмыс уақытын пайдалану тиімділігін арттыру үшін персоналды басқару жүйесінің элементі ретінде уақытты басқару технологияларын енгізу мүмкіндігі әсер етпейді.

Бұл мәселе әркім үшін пісіп-жетілді, өйткені жұмыс уақытын тиімді басқару жетекші орынға ие және жекелеген объектілердің, сондай-ақ тұтастай алғанда елдің әлеуметтік-экономикалық дамуы аспектісіндегі басты факторлардың бірі болып табылады. Әсіресе, басшылар бұл мәселеге назар аударады, өйткені олар өз уақыттарын ғана емес, бағыныштыларының уақытын да басқарады.

Уақытты тиімді пайдалану мәселелерін шешуге отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері үлкен үлес қосты. Классиктердің арасында Ф. Тейлор, М. Мескон бар. Шетелдік ғалымдардың, атап айтқанда г.Архангельск, с. Прентис, Б. Трейсидің жұмыстары жоғары деңгейде [2,7,10]. Бұл мәселені Н. Алюшина А.Гаврилюк, А. Горбачев, А. Писаревская сияқты отандық мамандар да зерттеді [1,4,5,6]. Зерттеушілердің жетістіктерін ескере отырып, уақытты тиімді басқару уақытты басқарудың теориялық негіздеріне негізделген терең талдауды қажет етеді.

Зерттеудің мақсаты. Мақаланың мақсаты-теориялық негіздерді нақтылау және отандық кәсіпорындардың қызметіне тайм-менеджментті енгізу бойынша практикалық ұсыныстарды әзірлеу.

Ғылыми жаңалық. Жұмысты жазу барысында теориялық базаға талдау жасалды, сонымен қатар уақытты басқарудың негізгі әдістері мен жүйелері қарастырылды. Ұсынылған мақаланы тайм-менеджментті енгізу бойынша әзірленген технологияға сүйене отырып, кәсіпорынның тиімділігін арттыру үшін теориялық негіз ретінде пайдалануға болады.

Нәтижелер. Қазіргі уақытта кәсіпорын мен оның жұмысшыларының жұмысын жақсарту үшін көптеген құралдар қолданылады. Олардың бірі– персоналды басқару жүйесінің қозғаушы элементі ретінде уақытты басқару технологияларын енгізу және қолдану.

Ғылымдағы жеке бағыт ретінде уақытты басқару алғаш рет ХХ ғасырдың жетпісінші жылдарында Голландияда жарияланды, онда қызметкерлер мен кәсіпкерлерге уақытты жоспарлауды үйрету бойынша арнайы курстар пайда болды [5].

"Уақытты басқару" ұғымының мазмұны көптеген ғалымдардың зерттеулерінің негізі болды. Ғылыми дереккөздерді талдауға сүйене отырып, қарастырылып отырған теориялық база өте кең және әр түрлі деп айтуға болады.

Зерттеушілердің әрқайсысы белгілі бір ерекшеліктерді бөліп көрсетеді және өз көзқарасына сүйене отырып, осы мәселенің көзқарасын негіздейді. "Уақытты басқару" ұғымының мәнін түсіндіруде айтарлықтай айырмашылықтар байқалғандықтан, олардың бірнешеуі талданды.

Прентис с.уақытты басқаруды күнделікті өмірдегі нақты жағдайларда уақытты басқару технологиясы ретінде, сондай–ақ ұсынылған уақытты басқару тұжырымдамаларын көрнекі және есте сақтауға оңай ететін көптеген мысалдар, әдістер мен нұсқаулар ретінде қарастырады [7].

Уақытты басқару Трейси Б. - уақытты басқарудың тиімді әдісін ескере отырып, уақытты басқару өнері [10].

Архангельск г. уақытты басқару-бұл максималды пайдалану технологиясы уақыт мақсаттар мен құндылықтарға сәйкес [2].

Алюшина Н.уақытты басқару жеке мақсаттар мен құндылықтарға сәйкес түзетілмейтін өмір сүру уақытын пайдалануға мүмкіндік беретін технология екеніне назар аударады [1].

Авторлардың әрқайсысының осы тұжырымдамадағы белгілі бір ерекшеліктерді бөліп көрсететін өзіндік тәсілі бар. Кейбір ғалымдар уақытты басқаруды жұмыс көлемін қайта бөлуді басқару ретінде қарастырады, ал басқалары уақытты басқарудың тиімді әдісін ескере отырып, уақытты басқару өнері ретінде қарастырады. Бірақ бұл тұжырымдардың барлығы уақытты тиімді басқарудан тұратын жалпы теориялық негізге ие. Уақытты басқару-бұл кез-келген қызметтің тиімділігін арттыру үшін қолданылатын уақытты бөлу және пайдалану технологияларының жиынтығы.

Ғылыми әдебиеттерді талдау нәтижелері бойынша Тиімді практикалық қолданылуы бар уақытты басқарудың бірқатар әдістері мен жүйелері бөлінді. Уақытты басқарудың бұл бағыттары менеджерлерге уақытты басқарудың жеке технологиясын жасауға көмектеседі, бұл өз кезегінде мүмкіндіктерді оңтайлы пайдалануға ықпал етеді [9]. Уақытты басқаруда жалғыз дұрыс шешім жоқ екенін есте ұстаған жөн. Құралдар жинағын таңдауда әрқайсысының жеке бағдарларын ескеру қажет.

Итальяндық экономист Вильфредо Парето принципі әлемге танылды [6]. Зерттеуші бұл принципті шамамен 20% күш пен уақыт нәтиженің 80% алу үшін жеткілікті деп түсіндіреді. Бұл барысында негізгі міндеттерді бөліп көрсету керек, яғни басымдықтарды белгілеу керек. Тиімсіз міндеттер орындау үшін қажетті әрекеттер тізімінде қорытынды болуы керек. Бүгінгі таңда бұл басымдықтарды бөлуге мүмкіндік беретін уақытты басқарудың ең танымал тұжырымдамасы.

Бүгінгі таңда уақытты басқарудың ең көп қолданылатын тұжырымдамаларына Эйзенхауэр матрицасы кіреді. Оны 34 АҚШ президенті Дуайт Дэвид Эйзенхауэр әзірледі, өйткені ол өте бос емес және жұмыс уақытын жақсартуды талап етті.

Бұл матрица жалпыланған Даму болып табылады, оның ортасында Парето принципі орналасқан. Негізгі идея-маңызды істерді кәсіпкерге толмағандардан және мүлдем маңызды емес нәрселерден ажырату. Құрылым екі осьтен (маңыздылығы мен жеделдігі) және істердің таралуы орын алатын төрт шаршыдан тұрады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Алюшина Н. А. Тайм–менеджмент чиновника: искусство управлять своим временем / Н. А. Алюшина. – М.: НАГУ, 2009. – 40 с.
2. Архангельский Г. А. Организация времени. От личной эффективности к развитию фирмы: [учебное пособие] / Г. А. Архангельский. – второй изд. – СПб. : Питер, 2006. – 448 с.
3. Буняк Н. М. Тайм–менеджмент как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // Н. М. Буняк. – 2018. – № 14. – С. 279–283
4. Гаврилюк А. Н. Тайм–менеджмент как составляющая успешной коммуникативной взаимодействия в индустрии туризма Украины / А. Н. Гаврилюк, Х. В. Плещан // Эффективная экономика. – 2016. – № 1.
5. Горбачев А. Г. Тайм–менеджмент. Время руководителя: 24 + 2 / А. Г. Горбачев – М.: ДМК–пресс, 2007. – 128 с.
6. Писаревская А. И. Использование тайм-менеджмента для повышения эффективности управления персоналом / А. И. Писаревская // Вестник Херсонского государственного университета. Серия «Экономические науки». – 2016. – Вып. 20. Ч. 1. – С. 148–153.
7. Прентис С. Интегрированный тайм–менеджмент / Стив Прентис; пер. с англ. – М.: Издательство «Добрая книга», 2007. – 288 с.
8. Скибицкая Л. И. Тайм-менеджмент [учеб. пособие. для студ. экон. вузов] / А. И. Скибицкая. – Киев: Кондор, 2009. – 528 с.
9. Ткаченко И. В. Тайм-менеджмент. Искусство управлять своим временем / И. В. Ткаченко. – Харьков: Аргумент Принт: Виват, 2014. – 218 с.

10. Трейси Б. Тайм-менеджмент по Трейси. Как заставить время работать на вас: [учебное пособие] / Б. Трейси. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 302 с.

УДК 658.5:004.738.5(045)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ВИРТУАЛЬНЫХ КОМАНДАХ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ УДАЛЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И ПЕРСОНАЛОМ

Абдыкадырова Аяулым, Балабаева Асель

Научный руководитель: преподаватель спец.дисциплин Жолшыбекова М.А.

Колледж «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақала виртуалды командалар контекстінде қашықтағы жоба мен персоналды басқарудың қиындықтары мен мүмкіндіктерін қарастырады. Басқару стратегиялары, коммуникация мәселелері, технологиялық инновациялардың рөлі және виртуалды командалардың тұрақты дамуының әлеуметтік аспектілері талқыланады.

Abstract: This article explores the challenges and opportunities of remote project and personnel management in the context of virtual teams. It discusses management strategies, communication issues, the role of technological innovations, and the social aspects of sustainable development within virtual teams.

Тема "Управление проектами в виртуальных командах: вызовы и возможности удаленного управления проектами и персоналом" становится все более актуальной в наше время. Как менеджеры проектов и лидеры команд сталкиваются с необходимостью принимать стратегические решения и находить инновационные методы, чтобы эффективно координировать работу разнородных групп, работающих на расстоянии. Эта статья погрузит нас в мир виртуального управления проектами, рассмотрит сложности, с которыми сталкиваются профессионалы в данной области, и проанализирует перспективы, которые открываются перед современными организациями. Мы изучим как вызовы, так и новые возможности, которые виртуальные команды приносят в контексте управления проектами и персоналом, и как можно преодолеть преграды, чтобы добиться успеха в этом динамичном исследовании международного бизнеса и виртуального сотрудничества.

Виртуальные команды представляют собой группы специалистов и экспертов, работающих в различных локациях и часовых поясах, объединенные общей целью или проектом через информационные технологии и средства связи в онлайн-режиме. В отличие от традиционных команд, виртуальные коллективы не связаны географически и могут включать в себя участников из разных стран и культурных сред. Основной характеристикой виртуальных команд является удаленный характер их работы: участники могут находиться на разных континентах, но взаимодействовать между собой через интернет-платформы, электронные письма, видеоконференции и другие средства коммуникации. Виртуальные команды требуют от участников высокой

самодисциплины, коммуникативных навыков и способности эффективно справляться с различиями в культуре и часовых поясах.

Это уникальное рабочее образование требует тщательного планирования, организации и управления, чтобы обеспечить эффективное сотрудничество и достижение поставленных целей, несмотря на географические расстояния и временные различия между участниками. Виртуальные команды стали неотъемлемой частью современного бизнеса, обогащая его гибкостью и способствуя глобальному взаимодействию и инновациям.

Преимущества использования виртуальных команд в управлении проектами: глобальный доступ к талантам, эффективное использование ресурсов, гибкость и масштабируемость, разнообразие культурных и профессиональных взглядов, увеличение продуктивности.

Риски использования виртуальных команд в управлении проектами: проблемы коммуникации, часовые пояса и разница во времени, отсутствие физического присутствия, проблемы с безопасностью данных, недостаточная мотивация и вовлеченность. Управление виртуальными командами требует тщательного планирования, использования современных технологических решений и развития эффективных коммуникационных навыков, чтобы максимально использовать преимущества и минимизировать риски, связанные с удаленной работой.

Виртуальные команды, несмотря на свою гибкость и доступ к мировым талантам, сталкиваются с уникальными вызовами, которые могут замедлить или даже препятствовать успешному завершению проектов. Одним из основных вызовов являются коммуникационные проблемы. Отсутствие непосредственного взаимодействия часто ведет к недопониманиям, создавая барьеры для эффективной командной работы. Виртуальные команды должны активно и систематически развивать стратегии связи, включая регулярные видеоконференции, чаты и совместные онлайн-платформы, чтобы обеспечить прозрачность и своевременность обмена информацией.

Еще одним вызовом являются различия в часовых поясах и рабочих графиках участников. Этот фактор может затруднить координацию времени для встреч и обсуждения важных вопросов. Правильное управление глобальными временными различиями требует тщательного планирования и уважения к индивидуальным графикам участников.

Еще одним важным вызовом является отсутствие физического присутствия. Виртуальные команды лишены возможности непосредственно наблюдать за работой своих коллег и мониторить их продуктивность. Это требует от руководителей проекта развития навыков удаленного управления и мотивации. Онлайн-инструменты для мониторинга производительности и надежные методы отчетности становятся важным компонентом эффективного управления виртуальными командами.

Преодоление этих вызовов требует не только технических решений, но и понимания культурных различий, гибкости и способности к адаптации к изменяющимся условиям. Только так виртуальные команды смогут реализовать

свой полный потенциал и достичь великих высот в управлении проектами и персоналом в мире виртуальных возможностей.

Вопреки вызовам, с которыми сталкиваются управляющие проектами в виртуальных командах, существует ряд ключевых возможностей и лучших практик, которые позволяют превратить эти вызовы в возможности для роста и успешного завершения проектов.

Использование современных коммуникационных технологий и инструментов: Сегодняшние виртуальные команды имеют доступ к широкому спектру коммуникационных инструментов, начиная от видеоконференций и чатов, заканчивая проектными менеджерами и системами управления задачами. Эти технологии позволяют виртуальным командам взаимодействовать в режиме реального времени, обмениваться идеями, делиться файлами и эффективно сотрудничать независимо от физического местонахождения участников.

Развитие навыков виртуального лидерства и мотивации удаленных сотрудников: Лидеры виртуальных команд должны обладать выдающимися навыками управления и мотивации удаленных сотрудников. Это включает в себя умение вдохновлять и поддерживать команду, обеспечивать четкое направление и структурировать рабочие процессы. Создание положительного и поддерживающего командного духа становится приоритетом для поддержания мотивации и эффективности работы виртуальных сотрудников.

Эффективное планирование и распределение задач в виртуальных командах: Грамотное планирование является ключом к успеху виртуальных проектов. Это включает в себя определение четких целей, ролей и ответственности каждого участника, а также реалистичное распределение задач и сроков выполнения. Управляющие проектами должны быть в состоянии эффективно оценивать ресурсы и оптимизировать распределение задач для достижения оптимальных результатов.

Сочетание этих возможностей с адаптивным лидерством и инновационными подходами к управлению проектами позволяет виртуальным командам преодолевать вызовы удаленной работы и достигать впечатляющих результатов. Эти лучшие практики выступают в качестве стратегического фундамента для успешного управления проектами в виртуальных командах, открывая дорогу к новым горизонтам эффективного удаленного сотрудничества.

Технологические инновации в управлении виртуальными командами

С развитием современных технологий управление виртуальными проектами стало более эффективным и гибким. Технологические инновации играют ключевую роль в устранении вызовов, с которыми сталкиваются управляющие виртуальными командами, и в оптимизации процессов удаленного управления проектами и персоналом.

Системы искусственного интеллекта и аналитика данных позволяют анализировать большие объемы информации, предоставляя ценные и инсайтовые данные для принятия решений. Прогнозирование рисков, оценка

производительности и адаптация стратегий управления — все это становится возможным благодаря машинному обучению и аналитическим инструментам.

Технологии виртуальной реальности и дополненной реальности позволяют создавать виртуальные рабочие пространства, где участники могут взаимодействовать с объектами и друг другом в режиме реального времени. Это обогащает коммуникацию и способствует более глубокому погружению в процессы проекта, даже находясь на расстоянии.

Специализированные онлайн-платформы и инструменты управления задачами предоставляют централизованный доступ к проектным данным, обеспечивая прозрачность и актуальность информации. Отслеживание хода выполнения задач, обмен файлами и комментариями становятся более удобными и эффективными.

Роботы и автоматизированные системы смогли взять на себя часть рутинных задач, освобождая участников команды от монотонных обязанностей и позволяя им сосредотачиваться на более сложных и стратегических аспектах проекта. Это сокращает время выполнения задач и повышает эффективность работы.

Технологические инновации не только устраняют традиционные вызовы управления виртуальными командами, но и открывают новые возможности для качественного и эффективного удаленного управления проектами и персоналом. Способность адаптироваться к этим новым технологиям становится ключом к успеху в современном мире виртуальных команд и проектов.

С развитием управления виртуальными командами необходимо обратить внимание на устойчивое развитие и социальную ответственность. Виртуальные команды имеют потенциал сократить экологические нагрузки, связанные с транспортными средствами и потреблением ресурсов, ведь они работают удаленно, что снижает необходимость в офисном пространстве и других ресурсах. Однако, устойчивое развитие также включает в себя социальные и культурные аспекты.

Первым шагом к устойчивому развитию виртуальных команд является создание виртуальных рабочих условий, способствующих комфортному труду сотрудников. Это включает в себя обеспечение доступности высокоскоростного интернета, предоставление необходимых технических устройств и программного обеспечения, а также обучение участников использованию новых технологий.

Следующим важным аспектом является поддержка психологического комфорта и здоровья членов виртуальных команд. Управляющие должны быть внимательны к физическому и эмоциональному благополучию своих сотрудников, предоставляя ресурсы для поддержания здорового образа жизни, организации онлайн-консультаций и тренингов по управлению стрессом и рабочим процессам.

Виртуальные команды также могут принимать участие в социальных и общественных инициативах, способствуя устойчивому развитию

в своих локальных общинах. Это может включать в себя участие в благотворительных проектах, организацию онлайн-мероприятий для поддержки местных предпринимателей или внедрение зеленых практик в рабочие процессы.

Устойчивое развитие виртуальных команд — это не только способ обеспечить долгосрочную эффективность проектов, но и сделать вклад в общественное благосостояние и заботу о будущем планеты, подчеркивая важность социальной ответственности в современном бизнесе.

Список использованной литературы:

1. Роббинс, С. П., & Декенс, Д. Э. (2017). Основы управления персоналом. - Эта книга предоставляет обширный обзор основных понятий и теорий управления персоналом.
2. Гарибальди, Л. В., & Соломатин, А. А. (2018). Управление персоналом организации. - Эта книга сфокусирована на практических аспектах управления персоналом и включает в себя реальные кейсы и сценарии.
3. Беккер, Р. (2019). Управление персоналом: учебник для вузов. - Книга охватывает широкий спектр тем, связанных с управлением персоналом, начиная от стратегического планирования до управления производительностью.
4. Лабордус, Н., & Хольц, О. (2016). Управление персоналом. - Эта книга предоставляет инсайды в современные методы управления персоналом в организациях.

ОӘЖ 657.2/32

ӘРТҮРЛІ ҰЙЫМДЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ НЫСАНДАҒЫ КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ЖАРҒЫЛЫҚ КАПИТАЛЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖӘНЕ ЕСЕПКЕ АЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Абенова Б.Б., Кучарбаева С.М., Трафимова Л.Г.

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор – Агабекова Г.Н.

Университет «Мирас», Казахстан

Резюме: В этой статье рассматриваются особенности формирования и учета уставного капитала предприятий различных организационно-правовых форм.

Summary: This article discusses the features of the formation and accounting of the authorized capital of enterprises of various organizational and legal forms.

Кәсіпорындар қызметінің ажырамас элементі және шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық жағдайы туралы түсінік алуға мүмкіндік беретін маңызды көрсеткіш оның жарғылық капиталы болып табылады. Жарғылық капитал меншікті капиталдың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, оның мөлшері кәсіпорынның қаржылық қызметінің көптеген аспектілеріне әсер етеді [1].

Жарғылық капитал түсінігінің мәнін көптеген шетелдік және отандық экономистер өз еңбектерінде қарастырған. Авторлардың пікірінше, жарғылық капитал меншікті капиталдың бір бөлігі болып табылады және кәсіпорынға оның жарғылық міндеттемелерін орындауға қажетті бастапқы салынған қаражаттың сомасын білдіреді. Жарғылық капитал белгілі бір кәсіпорынның

жұмысын бастауға қажетті ең аз қаражатты анықтайды және оның мүдделеріне кепілдік береді кредиторлар.

Жарғылық капитал атқаратын негізгі функциялардың бірі кәсіпорын иелеріне өз кәсіпкерлік қызметін бастау құқығын беруден тұратын бастапқы функция болып табылады. Келесісі – материалдық қамтамасыз ету функциясы, ол жарғылық капиталға салынған қаражат немесе мүлік серіктестіктің құрылған кездегі де, кәсіпорынның одан әрі жұмыс істеуі кезінде де оның қызметінің материалдық негізін құрайды деп болжайды. Резервтік функция кәсіпорынның активтерінің құрылымында қаражат жетіспеген жағдайда белгілі бір төлемдерді жүзеге асыру үшін қажетті қаражаттарды қалыптастырудан тұрады, мысалы, несие немесе артықшылықты акциялар. Заңнамада жарғылық капиталдың белгілі бір мөлшерін белгілейтін, бірдеңе болған жағдайда кредиторларды өтеуге мүмкіндік беретін кепілдік функциясының маңыздылығы кем емес. Құрылымдық бөлу функциясы кәсіпорынның кірісін инвесторлар арасында, ең алдымен олардың жарғылық капиталдағы үлесіне қарай бөлуден тұрады. Жарғылық капиталдың тағы бір қасиеті позициялау функциясы болып табылады, ол жарғылық капиталдың мөлшері, әдетте, инвесторларға белгілі бір кәсіпорынның қызмет ауқымы туралы нақты түсінік беруінде көрінеді [2].

Жарғылық капитал қаржылық қатынастардың әрбір субъектісі үшін әртүрлі мағынаға ие болуы мүмкін. Несие беруші жарғылық капиталды кәсіпорынның төлем қабілеттілігін бағалау тұрғысынан қарастырады. Жарғылық капиталдың мөлшері инвестор үшін бизнесті инвестициялау тұрғысынан маңызды. Нарықтың басқа қатысушылары бұл көрсеткішті кәсіпорынмен серіктестік орнату қажеттілігін анықтау үшін пайдаланады.

Қазақстан Республикасының заңнамасында – жарғылық капиталдың келесі түрлері анықталғанын атап өткен жөн: жарғылық капитал, үлестік қор, жарғылық капитал және жарғылық капиталдың өзі, олардың негізгі айырмашылығы қорлардың жағдайы мен мақсаты болып табылады. Кестеден көріп отырғанымыздай жарғылық капиталды шаруашылық серіктестіктер (ЖШС, АҚ), жарғылық капиталды – серіктестіктер, пай қоры кооперативтердің қызметін сипаттайды, ал жарғылық капиталды – мемлекеттік және муниципалдық унитарлық кәсіпорындар құрайды.

Жарғылық капитал мыналардан тұрады:

- егер кәсіпорын ЖШС немесе шаруашылық серіктестігі болса, қатысушылардың салымдары;
- акционерлік қоғам жағдайында акциялардың номиналды құны;
- кәсіпорын өндірістік кооператив болса, үлестік жарналар;
- мемлекеттік немесе муниципалдық унитарлық кәсіпорындар жағдайында мемлекеттік орган немесе жергілікті өзін-өзі басқару органы бөлетін жарғылық капитал.

Сондай-ақ жарғылық капиталды қалыптастыру процесінде қаржы ресурстарының басқа да (қосымша) көздерін де есепке алуға болады, мысалы, акцияларды номиналды бағадан жоғары бағамен сату кезінде бірінші эмиссия

кезінде пайда болатын акция сыйақысы. Осылайша алынған пайда қосымша капиталға бағытталады.

Капиталдың қалыптасу көзі Серіктестіктің жарғылық капиталындағы үлестерді төлеу ақшамен, бағалы қағаздармен, басқа заттармен немесе мүліктік құқықтармен немесе ақшалай құны бар өзге де құқықтармен жүзеге асырылуы мүмкін. Қарапайым және артықшылықты акцияларға салынған ақша қаражаты Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленбеген Кооператив мүшесінің үлестік жарнасы ақша, бағалы қағаздар, өзге де мүлік, оның ішінде мүліктік құқықтар, сондай-ақ азаматтық құқықтардың өзге де объектілері болуы мүмкін. Жер учаскелері және басқа да табиғи ресурстар олардың айналымына жер және табиғи ресурстар туралы заңдармен рұқсат етілген көлемде үлестік жарна болуы мүмкін. Мемлекеттік немесе муниципалдық кәсіпорынның жарғылық капиталы ақшадан, сондай-ақ бағалы қағаздардан, басқа заттардан, мүліктік құқықтардан және ақшалай құны бар өзге де құқықтардан құрылуы мүмкін [3].

Төлем шарттары Серіктестіктің әрбір құрылтайшысы серіктестік құру туралы шартта белгіленген мерзімде серіктестіктің жарғылық капиталындағы өз үлесін толық төлеуге немесе серіктестікті бір тұлға құрған жағдайда серіктестікті құру туралы шешім. Мұндай төлем мерзімі серіктестік мемлекеттік тіркелген күннен бастап төрт айдан аспауы керек. Бұл ретте серіктестіктің әрбір құрылтайшысының үлесі оның номиналды құнынан төмен емес баға бойынша төленуі мүмкін. Қоғам құрылған кезде оның барлық акциялары құрылтайшылардың арасында орналастырылуы тиіс. Толық серіктестікке қатысушы серіктестік мемлекеттік тіркелгенге дейін оның жарғылық капиталына өзінің жарнасының кемінде жартысын енгізуге міндетті. Қалғанын қатысушы құрылтай шартында белгіленген мерзімде салуға тиіс. Серіктестіктің жарғылық капиталының мөлшері мен құрамы туралы шарттар; толық серіктестердің әрқайсысының жарғылық капиталдағы үлестерінің мөлшері мен өзгерту тәртібі туралы; депозиттердің мөлшері, құрамы, мерзімдері мен енгізу тәртібі, салымдарды салу жөніндегі міндеттемелерді бұзғаны үшін олардың жауапкершілігі туралы; инвесторлар енгізген жарналардың жалпы сомасы туралы коммандиттік серіктестіктің құрылтай шартында қамтылуға тиіс. Кооператив мүшесі кооперативті мемлекеттік тіркеу кезінде үлестік жарнаның кемінде он пайызын төлеуге міндетті. Үлестік жарнаның қалған бөлігі кооператив мемлекеттік тіркелгеннен кейін бір жыл ішінде төленеді. Мемлекеттік немесе муниципалдық кәсіпорынның жарғылық капиталын оның мүлкінің меншік иесі осындай кәсіпорын мемлекеттік тіркелген күннен бастап үш ай ішінде толық қалыптастыруға тиіс.

Осылайша, жарғылық капитал кәсіпорындарды құруға және одан кейінгі қызметке тартылатын қаражаттардың бастапқы және маңызды көздерінің бірі бола отырып, инвесторлардың төлем қабілеттілігінің кепілі ретінде әрекет етеді, кәсіпорындардың нарықта орналасуына әсер етеді және кәсіпорын ретінде пайдаланылады. кәсіпорындардың нарыққа шығуын шектеу құралдары.

Бұл көрсеткіштің қалыптасуының мәні мен ерекшеліктерін түсінбей, кәсіпорынның қаржылық жағдайы туралы қорытынды жасау қиын.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Блажевич О.Г. Собственный финансовый капитал — ключевой элемент совокупного капитала предприятия / О.Г. Блажевич // Проблемы развития финансовой системы государства в условиях глобализации: Сборник трудов ХУШ Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. - Симферополь, 2016. - С. 28-29.

2. Нурсейтов Э.О. Обзор состояния бухгалтерского учета и аудита в Казахстане. URL: <http://profa.kz/> (дата обращения: 04/02/2019).

3. Шевелев А.Е. Организация бухгалтерского учета в современных условиях / А.Е. Шевелев // Вестник ЮУрГУ, № 3, 2019. Серия «Экономика и менеджмент» – Т.7. — с. 188-190.

УДК 419

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Алдиярова Г.А., Оразмбетова А.М., Жолдыбай А.С.
Научный руководитель – магистр, старший преподаватель Бокушева С.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада экономиканың тұрақты даму мақсаттарын қамтамасыз етудің қаржылық тетіктерін қалыптастырудың жаңа тәсілдері қарастырылған.

Summary: The article considers new approaches to the formation of financial mechanisms to ensure the goals of sustainable economic development.

Микро-, малые и средние предприятия (ММСП) составляют подавляющее большинство фирм в большинстве стран, особенно в развивающихся странах, и вносят ключевой вклад в создание рабочих мест и глобальное экономическое развитие. Однако наиболее существенным препятствием для развития ММСП в странах с низким и средним уровнем дохода является отсутствие доступа как к инвестициям, так и к финансированию оборотного капитала. Из-за отсутствия необходимого послужного списка, соответствующего залога и кредитной истории ММСП часто отказывают в бизнес-кредитах со стороны традиционных кредитных учреждений. Кроме того, неспособности МСП получить доступ к финансированию препятствуют институциональные, структурные и нефинансовые факторы. Чтобы решить эту проблему, как государственный, так и частный секторы используют косвенные и прямые финансовые вмешательства, чтобы помочь ММСП в развивающихся странах и странах с формирующейся рыночной экономикой повысить и увеличить свои потребности в финансировании. Учитывая важность ММСП в экономике, полезен всесторонний обзор и систематический синтез данных о влиянии мер

по доступу к финансовым ресурсам для ММСП, охватывающий широкий спектр переменных результатов.

EGM — это систематический продукт фактических данных, который отображает существующие доказательства, относящиеся к конкретному вопросу исследования. Конечным продуктом внеочередного общего собрания акционеров является исследовательская статья или отчет, но им также можно поделиться с помощью интерактивной карты, составленной в виде матрицы включенных исследований и соответствующих им мероприятий и результатов. На карту включены мероприятия в странах с низким и средним уровнем дохода, ориентированные на конкретные подгруппы населения. ВОСА рассматривает пять типов вмешательств: (i) стратегические, законодательные и нормативные меры; (ii) системы и институты; (iii) облегчить доступ; (iv) кредитные инструменты или финансовые продукты; и (v) вмешательства со стороны спроса. С другой стороны, карта охватывает области результатов для политической среды, финансовой доступности, эффективности деятельности компаний и благосостояния. Оценки воздействия или систематические обзоры соответствующих мер для заранее определенной целевой группы населения включаются в СОСА. К участию допускаются исследования с использованием экспериментальных или неэкспериментальных планов, а также систематические обзоры. EGM исключает дизайн исследования «до» и «после» без подходящей группы сравнения. Кроме того, карта не включает обзоры литературы, интервью с ключевыми информаторами, обсуждения в фокус-группах и описательный анализ. Строки поиска использовались для проведения электронного поиска в базах данных. Чтобы гарантировать, что исследовательская группа выявила значительную часть соответствующих исследовательских работ, стратегия поиска была дополнена поиском в серой литературе и систематическим отслеживанием цитирования обзоров. Мы собрали исследования, которые либо завершены, либо находятся в стадии разработки. По практическим соображениям,

Исследования, в которых изучались меры по расширению доступа ММСП к финансированию в странах с низким и средним уровнем дохода, ориентированные на ММСП, включая домохозяйства, мелких фермеров и индивидуальные предприятия, а также финансовые учреждения/агентства и их персонал. ВОСА рассматривает пять типов вмешательств, целью которых является: (i) реализация стратегических, законодательных и нормативных аспектов; (ii) системы и институты, обеспечивающие финансирование; (iii) облегчить доступ к финансам; (iv) предоставлять различные кредитные инструменты или финансовые продукты, включая традиционные формы микрокредитования; и (v) меры со стороны спроса, такие как программы финансовой грамотности. Карта включает в себя области результатов, связанные с политической средой, финансовой доступностью, эффективностью деятельности компаний и благосостоянием. Приемлемые исследования должны быть экспериментальными, неэкспериментальными или систематическими обзорами.

ВОСА включает 413 исследований. В большинстве исследований (379 исследований) анализировались микропредприятия, такие как домохозяйства и мелкие фермеры; В 7 исследованиях анализировались общественные группы; в то время как в 109 исследованиях анализировались малые и средние предприятия. Было проведено 147 исследований по вмешательствам, ориентированным на компании разных размеров. Кредитные инструменты/финансовые продукты являются наиболее распространенным вмешательством во всех типах компаний. Что касается типов фирм, получающих указанное финансовое вмешательство, данные в подавляющем большинстве говорят в пользу микропредприятий (278 исследований), за которыми следуют системы и организации (138 исследований), которые поддерживают лучший доступ к таким финансовым продуктам и услугам. Результаты благосостояния имеют наибольшее количество доказательств из всех представляющих интерес результатов, за которыми следуют показатели деятельности компаний и финансовая доступность. Среди всех типов фирм результаты в области благосостояния в первую очередь ориентированы на микропредприятия. Основываясь на 59 исследованиях, мы можем сказать, что малый бизнес имеет значительно большее количество показателей эффективности предприятия. из 413 исследований в 243 использовались неэкспериментальные или квазиэкспериментальные дизайны (в основном подходы сопоставления показателей склонности и инструментальных переменных), в 136 использовались экспериментальные методы и 34 представляли собой систематические обзоры. 175 исследований (43%) предоставили доказательства из стран Африки к югу от Сахары, 142 исследования (35%) из Южной Азии, 86 исследований (21%) из Восточной Азии и Тихоокеанского региона, 66 исследований (16%) из Латинской Америки и Карибского бассейна, 28 исследований (7%) из Европы и Центральной Азии и 21 исследование (5%) из Ближнего Востока и Северной Африки. Большая часть включенных данных охватывает страны с низким уровнем дохода (26%) и уровнем дохода ниже среднего (66%), а также в меньшей степени страны с уровнем дохода выше среднего (26%).

В литературе имеется значительное количество результатов исследований, посвященных вмешательствам, направленным на микропредприятия и дающим результаты в области благосостояния. В оценках МСП учитывались результаты деятельности компаний, при этом меньше внимания уделялось занятости и влиянию на благосостояние владельцев и сотрудников, включая сокращение бедности. Микрокредитование/займы были в центре внимания большого количества исследовательских работ (238 исследований), что указывает на растущую популярность этой области. Однако новые финансовые вмешательства, такие как облегчение доступа к цифровым финансовым услугам, относительно недостаточно изучены.

В нескольких исследованиях также изучается сельское население или население отдаленных районов: 192 исследования, 126 исследований о бедных и обездоленных, и 114 статей о женщинах. Большая часть исследований

проводится в странах Африки к югу от Сахары (175 исследований) и Южной Азии (142 исследования), поэтому можно провести дальнейшие исследования в других регионах, чтобы обеспечить более целостное понимание последствий мер по расширению финансовой доступности. Кредитные линии, финансирование цепочек поставок и торговое финансирование, которые являются некоторыми из финансовых инструментов АБР, имеют ограниченные доказательства. Будущие исследования должны изучить стратегические, законодательные и нормативные меры, а также меры, направленные на МСП, а также изучить результаты политики и нормативной среды, а также результаты благосостояния. Меры вмешательства со стороны спроса и их влияние на политическую и нормативную среду, а также облегчение доступа относительно недостаточно изучены.

Большая часть исследований проводится в странах Африки к югу от Сахары (175 исследований) и Южной Азии (142 исследования), поэтому можно провести дальнейшие исследования в других регионах, чтобы обеспечить более целостное понимание последствий мер по расширению финансовой доступности. Кредитные линии, финансирование цепочек поставок и торговое финансирование, которые являются некоторыми из финансовых инструментов АБР, имеют ограниченные доказательства. Будущие исследования должны изучить стратегические, законодательные и нормативные меры, а также меры, направленные на МСП, а также изучить результаты политики и нормативной среды, а также результаты благосостояния. Меры вмешательства со стороны спроса и их влияние на политическую и нормативную среду, а также облегчение доступа относительно недостаточно изучены. Большая часть исследований проводится в странах Африки к югу от Сахары (175 исследований) и Южной Азии (142 исследования), поэтому можно провести дальнейшие исследования в других регионах, чтобы обеспечить более целостное понимание последствий мер по расширению финансовой доступности. Кредитные линии, финансирование цепочек поставок и торговое финансирование, которые являются некоторыми из финансовых инструментов АБР, имеют ограниченные доказательства. Будущие исследования должны изучить стратегические, законодательные и нормативные меры, а также меры, направленные на МСП, а также изучить результаты политики и нормативной среды, а также результаты благосостояния. Меры вмешательства со стороны спроса и их влияние на политическую и нормативную среду, а также облегчение доступа относительно недостаточно изучены.

Список использованной литературы:

1. ЕБРР Отчет о деятельности в области устойчивого развития за 2019 год
2. ЕБРР. Годовой отчет за 2020 год. Восстановление экономики.
3. Европейский Банк Реконструкции и Развития (ЕБРР) Отчет о деятельности в области устойчивого развития за 2020 год
4. Народный Банк Казахстана Консолидированная финансовая отчетность за 2020 год

5. Монтеррейский консенсус Международной конференции по финансированию развития Принят Международной конференцией по финансированию развития март 2022 года. <http://www.un.org/ru/documents/declconv/declarations/monterrey.shtml>

6. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности — обобщающий доклад для представителей властных структур, ЮНЕП, 2021 г., www.unep.org/greenecconomy

ӘОЖ 651

ҰЙЫМДАҒЫ ҚАҚТЫҒЫСТАРДЫ БАСҚАРУ

Алиев Н.А, Мамадияр А.М., Қиянтай Ж.Б.
Ғылыми жетекші: магистр, оқытушы Байкенжеева Д.Б.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Каждая организация это большая совокупность людей, которые имеют свое мнение, характер, амбиции. Также им присуще обращать внимание на условия, в которых они работают. Все это может привести к возникновению конфликта в организации, и что бы это не привело к понижению трудоспособности, отказе работать или к потере кадров, необходимо знать как возникают конфликты и способы их предупреждения.

Summary: Every organization is a large aggregate of people who have opinions, character, ambition. Also, it is inherent to pay attention to the conditions in which they work. All this can lead to conflict within the organization, and that this might lead to a decrease in disability, refusal to work or to the loss of frames, it is necessary to know how conflicts arise and how to prevent them.

Жанжал ұғымы қарапайым санаға да, оған өзінің нақты мағынасын беретін ғылымға да жатады. Қақтығыстар үнемі туындайды: көлікте, дүкенде, жақын ортада, кәсіпорында немесе ұйымда.

Жанжалдар іс жүзінде барлық белсенді жұмыс істейтін ұйымдарға тән, өйткені онда жұмыс істейтіндердің әрқайсысы өз мақсаттарына, ұмтылыстарына, мүдделеріне, жеке қасиеттеріне ие. Жалпы мағынада қақтығыс дегеніміз-ұйымдар да, нақты адамдар да әрекет ететін екі немесе одан да көп тараптар арасындағы келісімнің болмауы. Жанжал деп жеке адамның психикасындағы қарама-қарсы бағыттағы тенденциялардың, адамдардың және олардың ресми және бейресми бірлестіктерінің көзқарастарының, ұстанымдары мен мүдделерінің айырмашылығына байланысты соқтығысуын түсіну керек [3.с.280]

Тәжірибеде қақтығыстардың төрт негізгі түрі белгілі: тұлғаишілік, тұлғааралық, тұлға мен топ арасындағы қақтығыс, топаралық.

Тұлғаишілік жанжал. Өндіріс талаптары жеке қажеттіліктерге немесе құндылықтарға сәйкес келмеуі нәтижесінде пайда болуы мүмкін. Мысалы, жалпы дүкендегі бөлім немесе бөлім меңгерушісі сатушыдан барлық уақытта бөлімде болуын және сатып алушыларға ақпарат пен қызмет көрсетуді талап етуі мүмкін. Кейінірек менеджер сатушының сатып алушыларға тым көп уақыт жұмсайтынына және бөлімді тауарлармен толықтыруға аз көңіл бөлетініне наразылық білдіруі мүмкін. Ал сатушы не істеу керек және не істемеу керектігі туралы нұсқауларды үйлесімсіз деп қабылдайды.

Топтар арасындағы қақтығыс. Көбінесе мақсаттардың айырмашылығына байланысты ұйым ішіндегі функционалды топтар бір-бірімен қақтығыса бастайды. Күндізгі медициналық персоналдың ауысуы түнгі ауысымды науқастарға нашар күтім жасады деп айыптауы мүмкін.

Тұлғааралық қақтығыс. Қақтығыстың бұл түрі, ең көп таралған. Ұйымдарда ол әртүрлі жолдармен көрінеді. Көбінесе бұл менеджерлердің шектеулі ресурстар, капитал немесе жұмыс күші, жабдықты пайдалану уақыты немесе жобаны мақұлдау үшін күресі. Тұлғааралық қақтығыс жеке тұлғалардың қақтығысы ретінде де көрінуі мүмкін. Әр түрлі мінездері, көзқарастары мен құндылықтары бар адамдар кейде бір-бірімен тіл табыса алмайды. Әдетте, мұндай адамдардың көзқарастары мен мақсаттары түбегейлі ерекшеленеді.

Тұлға мен топ арасында. Жеке тұлға мен топ арасында жанжал туындауы мүмкін, егер бұл адам топтың позициясынан өзгеше позицияны алса. Мысалы, жиналыста сату көлемін ұлғайту мүмкіндігін талқылай отырып, көпшілігі бұған бағаны төмендету арқылы қол жеткізуге болады деп санайды. Алайда, біреу мұндай тактика пайданың төмендеуіне әкелетініне сенімді болады және олардың өнімдері сапасы жағынан бәсекелестердің өнімдерінен төмен деген пікір тудырады. Пікірі топтың пікірінен өзгеше адам компанияның мүдделерін жүрекке қабылдауы мүмкін болса да, оны әлі де жанжалдың көзі ретінде қарастыруға болады, өйткені ол топтың пікіріне қарсы. [2, 342-мен]

Ұйымның қызметінде біздің өміріміздің әр түрлі аспектілері біріктіріледі: техникалық, психологиялық, әлеуметтік, экономикалық. Сонымен қатар, осы аспектілердің барлығы ұжымның роботына, оның өнімділігіне, көңіл-күйіне, жұмысшылардың қарым-қатынасына әсер етеді.

Ұйым аясында жанжалды күрестің келесі түрлері бөлінеді:

бойкот-қарсыластар немесе қарсыластар деп саналатындардың мүддесі үшін әрекеттен толық немесе ішінара бас тарту немесе жалтару;

диверсия-басқалардың мүдделеріне жасырын зиян келтіру мақсатында саналы әрекет;

қудалау;

ауызша агрессия;

физикалық зорлық-зомбылық;

жаппай стихиялық немесе ұйымдастырылған қойылымдар. [3, с.282]

Жанжалдардың себептері әртүрлі. Қақтығыстар туындайтын және дамитын жағдайдың өзі үлкен маңызға ие. Кейбір жағдайларда ол жанжалға ықпал етеді, ал басқаларында оны тежейді, қарама – қарсы тараптардың бастамасын тоқтатады. Жанжалдардан сақтандыру іс жүзінде мүмкін емес, бөлінуге жататын ресурстарды шектеуге байланысты кез-келген жағдай шиеленістің пайда болуына әкеледі. Бір тарап үшін қолайлы және екінші Тарап үшін қолайсыз ақпараттың пайда болуы (қауесет, өсек) кейбір қызметкерлердің орынсыз мінез-құлқын ынталандырады. Мұндай жағдайдың мысалы ретінде қызметкерлерді іріктеу жүйесінің өзгеруі және ықтимал қысқартулар туралы хабардар етпеген кезде ұжымда аттестаттау жүргізу болып табылады.

Қақтығыстардың негізгі себептеріне мыналар жатады: қақтығыстың объективті көздері, жалған объективті және эмоционалды. [4.с.20]

Бірақ егер бізде кәсіпорында немесе ұйымда жанжал болса, жанжалдарды шешу жолдарын білу керек.

Жанжалды басқарудағы алғашқы қадам-оның көздерін түсіну. Менеджер бұл ресурстар туралы қарапайым дау, түсінбеушілік, адамдардың құндылықтар жүйесіне әртүрлі көзқарастар немесе өзара төзімсіздік немесе психологиялық үйлесімсіздік салдарынан туындаған қақтығыс екенін білуі керек. Жанжалдың себептерін анықтағаннан кейін ол жанжалға қатысушылардың санын азайтуы керек. Қақтығысқа неғұрлым аз адамдар қатысса, оны шешу үшін соғұрлым аз күш жұмсалатыны анықталды. Менеджер үшін ерекше қиындық-тұлғааралық қақтығыстарды шешудің жолдарын табу. Мұндай жағдайларда жанжалды жоюға бағытталған бірнеше мүмкін мінез-құлық стратегиялары және менеджердің іс-әрекетінің тиісті нұсқалары бар.

Жанжалдарды шешудің негізгі әдістеріне мыналар жатады:

Аулақ болу, жалтару (әлсіз талапшылдық төмен кооперативтілікпен үйлеседі). Бұл мінез-құлық стратегиясында менеджердің әрекеттері жағдайдан кем түспей, бірақ өз ұстанымын талап етпей, даулар мен пікірталастарға кіруден, өз ұстанымын айтудан аулақ болуға бағытталған. Оған қойылған талаптарға немесе айыптауларға жауап ретінде мұндай басшы әңгімені басқа тақырыпқа аударады. Ол проблемаларды шешу үшін жауапкершілікті өз мойнына алмайды, даулы мәселелерді көргісі келмейді, келіспеушіліктерге мән бермейді, жанжалдың болуын жоққа шығарады немесе оны мүлдем пайдасыз деп санайды, жанжал тудыратын жағдайларға тап болмауға тырысады.

Мәжбүрлеу (қарама — қайшылық) - бұл жағдайда жоғары сенімділік төмен кооперативтілікпен үйлеседі. Менеджердің іс-әрекеті өз мүдделері үшін ашық күрес, күш қолдану, мәжбүрлеу арқылы өз ісін талап етуге бағытталған. Қарама-қайшылық жағдайды жеңіс немесе жеңіліс ретінде қабылдауды, қатал позицияны ұстануды және серіктес қарама-қарсы болған жағдайда бітіспес қарсылық көрсетуді қамтиды. Мұндай көшбасшы кез-келген жағдайда өз көзқарасын қабылдауға мәжбүр етеді.

Тегістеу (сәйкестік) — әлсіз талапшылдық жоғары кооперативтілікпен үйлеседі. Жанжал жағдайындағы көшбасшының әрекеттері жақсы қарым-қатынасты сақтауға немесе қалпына келтіруге, келіспеушіліктерді Тегістеу арқылы басқа адамның қанағаттануын қамтамасыз етуге бағытталған. Ол үшін ол көнуге, өз мүдделерін елемеуге, басқаны қолдауға, оның сезімін ренжітпеуге, дәлелдерін ескеруге дайын. Оның ұраны: "ұрысудың қажеті жоқ, өйткені бәріміз бір қайықта бір бақытты экипажмыз, оны шайқауға болмайды"[1, с 200]

Ұйымның өмірінде қақтығыстар сөзсіз және алдыңғы тәжірибеге, теориялық және практикалық білімге сүйене отырып, оларды басқаруды үйрену керек. Сонымен қатар, олардың пайда болуын уақытында алдын-алу, ұжымдағы қарым-қатынасты жақсарту, жұмысшыларды ынталандыру және еңбек

жағдайларын жақсарту қажет. Содан кейін туындайтын қақтығыстар теріс құбылыс емес, ұйымның алға жылжуы мен дамуына түрткі болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Дмитриев А. В. Конфликтология: Учебное пособие.-М.: Гардарики, 2018-320с
2. Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основы менеджмента. Пер. с англ.-М.: Дело, 2015.-800с
3. Мнушко З.Н. Менеджмент и маркетинг в фармации. Ч.І. – Харьков: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2017. – 360 с.
4. Сельченко В.М. Прикладная конфликтология.- Мн.: Харвест, 2013

УДК 156:2

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ КАЛЬКУЛЯЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Алиева Л.С., Голтаева В.А., Сличенко Д.Д.
Научный руководитель – к.э.н., старший преподаватель Туребаева Ж.К.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада өндіріс процесінде өнімнің өзіндік құнын есептеудің заманауи әдістері көрсетілген

Summary: The article reveals modern methods of calculating the cost of production in the production process

В связи с происходящими экономическими преобразованиями в нашей стране изменилась и роль бухгалтерского учета в системе управления предприятием.

Сегодня главная задача учета затрат - переориентировать отечественную теорию и накопленный в этой области практический опыт на решение новых задач, стоящих перед управлением предприятием в условиях рынка.

В связи с этим большое значение имеет изучение опыта других стран и на этой основе внедрение новых нетрадиционных систем получения информации о затратах, применение новых подходов к калькулированию себестоимости, подсчету финансовых результатов, а также методов анализа, контроля и принятия управленческих решений.

Одним из альтернативных традиционному отечественному подходу к калькулированию полной себестоимости является подход, когда в разрезе объектов калькулирования планируется и учитывается неполная, ограниченная себестоимость, т.е. система директ-костинг. Так как в основу данной работы положен именно этот метод, то представляется необходимым выделить его в отдельный раздел [1].

Система директ-костинг. Возникновение и развитие системы "директ-костинг". Для того чтобы лучше понять возможность и целесообразность применения системы директ-костинг в управлении отечественными предприятиями необходимо проследить идею директ-костинга и выяснить, есть ли для этого предпосылки.

Сущность какого-либо понятия должна быть отражена в его названии. Наименование "директ-костинг", или "директ-кост", впервые было введено в 1936 году американцем Д. Харрисом в его статье в бюллетене Национальной ассоциации промышленного учета и означало учет прямых затрат. Оно не отражает в полной мере сущности системы; главное в директ-костинге - организация раздельного учета переменных и постоянных затрат и использование его преимущества в целях повышения эффективности управления. Поэтому часто систему учета переменных затрат называют *variable costing* - учет переменных затрат.

Фактическое внедрение директ-костинга относится в США к 1953г., когда национальная ассоциация бухгалтеров опубликовала описание этого метода в своем первом специальном отчете, а в 1961 году был издан второй, где анализируется практика 50 крупных фирм, применяющих директ-костинг; появляются практические пособия по использованию директ-костинга.

Стандарт-кост. Система стандарт-кост не является самостоятельно обособленной от других систем (методов) учета затрат на производство. В принципе предполагается сочетание ее с попередельным, поддетальным, простым и другими методами учета производственных затрат и исчисления себестоимости продукции.

Система стандарт-кост разрабатывалась для применения на предприятиях машиностроения. Однако она применима и в других отраслях экономики. Кроме того, стандарт-кост может быть применен при организации учета реализации продукции, затрат на ремонт основных средств, при капитальном строительстве, заготовлении материальных ресурсов и т.п. Другими словами, стандарт-кост может быть использован там, где есть необходимость в строгом режиме контроля за издержками производства или обращения и где есть возможность нормировать производимые расходы.

Основной особенностью системы стандарт-кост является то, что все затраты на производство рассчитываются до начала производства. Стандарты затрат применяются с использованием натуральных и стоимостных показателей. Кроме того, могут применяться специальные счета, на которых отражаются фактические затраты и разницы между фактической и стандартной себестоимостью. Таким образом, система стандарт-кост предполагает разработку стандартов *на* поддающиеся нормированию расходы, составление стандартной калькуляции изделий (работ, услуг) и учет фактических затрат на производство с выделением отклонений от стандартов.

Традиционные калькуляционные системы (позаказный, попередельный, нормативный методы) продолжают функционировать, но их возможности не могут в полной мере удовлетворить требования управления предприятием в изменившихся условиях.

Факторы привели к созданию во второй половине XX в. следующих систем калькулирования: «АВ-костинг», «таргет-костинг», «кайзен-костинг», калькулирование по последней операции, калькулирование по стадиям жизненного цикла. Они дополняют возможности традиционных методов,

действуют в сочетании с ними для обеспечения преимуществ и ключевых факторов успеха хозяйствующего субъекта в конкурентной среде.

Наиболее широким спектром возможностей обладает калькуляционная система «АВ-костинг» (*activity-based costing*). В сочетании с традиционными методами она повышает надежность калькулирования полной себестоимости; обеспечивает несколько ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе; ориентирована не только на производство, но и на рынок; без нее невозможно применение других новейших систем калькулирования, таких как таргет-костинг, калькулирование по стадиям жизненного цикла.

В основе калькуляционной системы «АВ-костинг» лежит принципиально иной подход к формированию себестоимости продукции на предприятиях с высоким удельным весом косвенных затрат — *их распределение на основе установления причинно-следственных связей с включением в расчеты промежуточного объекта калькулирования — операции*. Данный подход позволяет получать показатель себестоимости операции, а в итоге учетного процесса — более надежные показатели фактической и плановой себестоимости продукции. В связи с этим система «АВ-костинг», разработанная как улучшающая методологию традиционного калькулирования, развилась в уникальную калькуляционную систему, обеспечивающую широкий спектр управленческих решений собственным продуктом. Показатель «себестоимость операции» открывает возможность управления затратами через реинжиниринг бизнес-процессов. Показатель «себестоимости бизнес-процессов» создает информационную основу для оптимизации диверсификации деятельности. В случае матричной организационной структуры управления обеспечивается оценка деятельности руководителей бизнес-процессов. Показатель «себестоимость процессов продаж по отдельным покупателям» позволяет определять рентабельность этих продаж и ведет к созданию эффективной сети дистрибуции.

Для обеспечения управленческих решений в части разрабатываемого продукта, доведения себестоимости до заданных менеджментом параметров создана калькуляционная система «таргет-костинг». Ее продуктом является прогнозная себестоимость проектируемого или улучшаемого изделия в соответствии с целевыми параметрами. Задаются границы будущей цены и размер нормы прибыли изделия, исходя из которых осуществляют поиск конструкции, материалов, технологии, позволяющих выйти на необходимую величину затрат. Данная калькуляционная система эффективна в сочетании с функционально-стоимостным анализом [2].

«Кайзен-костинг» — система калькулирования, направленная на постепенное усовершенствование качества, бизнес-процессов, снижение затрат. Термин «кайзен» заимствован из японской экономики и означает постоянное усовершенствование. Основная функция системы «кайзен-костинг» заключается в минимизации разницы между расчетной (после завершения проектирования) и фактической себестоимостями продукта по отдельным статьям затрат. Систему калькулирования «кайзен-костинг» используют как

для бюджетных расчетов, так и для калькулирования фактической себестоимости продукции [3].

Если система «таргет-костинг» нацелена на доведение себестоимости продукта до заданного уровня в процессе его разработки, то «кайзен-костинг» — отдельных статей затрат и себестоимости в целом в процессе производства.

Обе калькуляционные системы могут использоваться в управленческом учете, как во взаимосвязи, так и автономно. Чаще всего их применяют именно во взаимосвязи. Прогнозное калькулирование себестоимости начинается в системе «таргет-костинг», затем калькулирование (уже фактических затрат) продолжается в системе «кайзен-костинг». Вместе обе системы дают предприятию весьма ценное конкурентное преимущество, состоящее в достижении более низкого, чем у конкурентов, уровня себестоимости и возможности выбирать удобную ценовую политику для захвата или удержания соответствующих секторов рынка.

Список использованной литература:

1. Струмилини С.Г. Об учете затрат на производство по системе директ-костинг. // Учет и экономический анализ в условиях современных форм хозяйствования / Под ред. д.э.н., проф. А.Д. Шеремета.-Москва,2015.-32 с.
2. Новиченко П.П., Рендухов И.М. Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции в промышленности. Учебник. - М.: Финансы и статистика 2014.- 506 с.
3. Дюсембаев К.Ш., Сатенов Б.И. «Директ-костинг»: теория, методология и практика.- Алматы: Экономика, 2014.-298 с.

ӘОЖ 658.3.07

АДАМ РЕСУРСТАРЫН БАСҚАРУДАҒЫ МӘДЕНИЕТАРАЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Алишер Б.Б., Әмірбек Б.Ә., Әбдірахман Ұ.Ә.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Агабеков А.Ю.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Кросс-культурный менеджмент - скорее необходимость для бизнеса в условиях повсеместной глобализации. К международному взаимодействию как внутри бизнеса, так и вне его, должны быть готовы, в первую очередь, руководители и менеджеры.

Summary: Cross-cultural management is nowadays more an obligatory process for companies due to the spread of globalization. Firstly all the managers and CEOs should be prepared for the international interaction both inside and outside of their companies.

Кіріспе. Мәдениетаралық менеджменттің негізгі мақсаты-әртүрлі іскерлік мәдениеттерге тән сипаттамалар мен заңдылықтарды басқарудағы зерттеу және есепке алу. Бұл ерекшеліктерді білу әртүрлі бизнес мәдениеттерінің өкілдері арасында өзара түсіністік пен тиімді қарым-қатынас орнатуға ықпал етеді [1].

Адами ресурстарды басқару үшін мәдениетаралық менеджментті қолдану сыртқы және ішкі коммуникациялардың тиімділігін білдіреді.

Өзектілігі. 2019 жылы жаһандану ұғымымен таныс емес немесе оның кең таралуын жоққа шығаратын адамды табу қиын. Қазір жаһандану жағдайына бейімделуге көптеген компаниялардың стратегиялары бағытталған, ал бизнес алыптары оларда ұзақ уақыт бойы табысты жұмыс істеп келеді. Алайда, ұйым үшін жаһандану тек бизнес-жоспарлардың өзгеруін ғана емес, сонымен бірге адам ресурстарын басқарудың мүлдем басқа, жаңа тәсілін де білдіреді. Бизнес саласындағы мәдениеттердің өзара ену мәселелері мен мәселелерін шешумен мәдениетаралық менеджмент айналысады.

Мақаланың мақсаты- "мәдениетаралық менеджмент" ұғымын заманауи түсінуді қарастыру.

Міндеттерге осы тақырып бойынша бастапқы өзекті дереккөздерді зерттеу және адами ресурстарды басқаруға мәдениетаралық менеджментті енгізудің нақты және қажетті деңгейінің суретін жасау кіреді.

Бұл мақаланың ғылыми жаңалығы мәдениетаралық өзара әрекеттесу процесін қолдану болып табылады адами ресурстарды басқару.

Мәдениетаралық менеджмент ұғымының өзі көбінесе кадрлық ресурстармен жұмыс істеуді білдіреді, сондықтан бұл бағыт адам ресурстарын басқару пәніне тікелей байланысты.

Мәдениетаралық басқару әдістерін енгізу, шын мәнінде, халықаралық компаниялар үшін ғана емес (олар үшін бұл міндетті нәрсе), сонымен қатар шағын бизнес, жергілікті ұйымдар үшін де қажет. Нарық тез дамып келеді және көбінесе болжау мүмкін емес, сондықтан, мысалы, компания шетелде күтпеген жерден серіктестер таба алады. Бұл жағдайда шетелдік әріптестермен қарым-қатынасты қалай құруға болады?

Мәдениетаралық менеджмент саласы басшылардың білімі мен білімінен басталуы керек. Олар кез-келген сыртқы өзара әрекеттесу кезінде ұйымның тұлғасы және өкілі болып табылады, сонымен қатар бағыныштыларына үлгі көрсетеді. Дәл осы компания басшылығы онда сауатты мәдениетаралық өзара іс-қимыл саясаты мен қағидаттарын іске асыруды бастауға өкілеттігі бар. Сондықтан, менің ойымша, компанияның жаһандану әлеміне кіруінің көшбасшысы ұйымның директоры/бастығы/басшысы болуы керек. Ол үшін менеджерлерге арналған түрлі тренингтер мен білім беру бағдарламалары өте сәтті жүзеге асырылуда.

Білім беру бағдарламалары мен тренингтер туралы айтатын болсақ, келесі қадам компанияның барлық қызметкерлерін мәдениеттердің ерекшеліктері мен олармен дұрыс қарым-қатынас туралы оқыту болуы керек. Мәдениеттерді түсінбеу мәселесіне басшы да, қызметкерлер де басқа компаниямен тікелей өзара әрекеттесу кезінде ғана емес, сонымен қатар шетелдік, басқа мәдениетті адамды жалдау кезінде де тап болуы мүмкін [2]. Ол барлық қажетті құзыреттерге сәйкес келуі мүмкін және керемет орындаушы бола алады, сонымен қатар көшбасшыға, менеджерге немесе әріптестеріне түсініксіз кейбір мәдени ерекшеліктерге ие. Алайда, бұл жұмыстан шығаруға немесе жалдаудан бас тартуға себеп болмауы керек. Бұл үшін менеджерлердің барлық деңгейлері және олардың барлық бағыныштылары басқа елдер мен мәдениеттердің өмірі

мен менталитеті туралы негізгі түсініктерге ие болуы керек. Әсіресе үлкен көші-қон толқындары жағдайында, шетелдіктерді жалдау әдеттен тыс емес.

Жоғарыда сипатталған жағдайлар "біздің территориямызда" және "біздің жағдайымызда" болады деп болжайды. Сонымен қатар, компаниялар көбінесе өз қызметкерлерін іссапарларға немесе басқа елдерге тағылымдамадан өтуге жіберетінін ұмытпаған жөн. Бұл осы қызметкерлерде бірден екі шеберлік тобының болуын болжайды.

Біріншіден, шет тілін, ең алдымен ағылшын тілін білу. Ағылшын тілі – бұл барлық халықаралық ұйымдар сөйлейтін әлемдік тіл, сонымен қатар бұл бизнес тілі деп ешкім дауласпайды. Сондықтан, адам ресурстарын басқару мәселесінде онсыз компания қызметкерлері, тіпті одан да көп басшылар үшін ХХІ ғасырдың бизнес саласында ештеңе істемейтінін түсіну өте маңызды. Көптеген компанияларда ағылшын тілін білу үміткерлерге қойылатын негізгі талаптардың бірі болып табылады. Бірақ тілді меңгеру тұрақты тәжірибені білдіреді, сондықтан ұйымдардың топ-менеджменті қызметкерлердің дағдыларын оқыту және қолдау үшін жағдайларды қамтамасыз етуі керек.

Екіншіден, қызметкер тікелей барар алдында белгілі бір елдің мәдени ерекшеліктерін білу үшін тест немесе емтихан тапсыру қажет деп санаймын. Басқа елдің және белгілі бір ұйымның аумағында бола отырып, компанияның өкілі оның тұлғасы болып табылады және керемет әсер қалдырып, ұзақ мерзімді байланыстар орната алады, сонымен қатар олардың арасындағы барлық өзара әрекеттесуді бұзады. Бұл әсіресе келіссөздер кезінде маңызды, келісімшартқа қол қою немесе перспективалық ынтымақтастық қауіпті болған кезде, коммуникациядағы кішкене қадағалау қолайлы нәтижеге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Қызметкердің өзі үшін халықаралық келіссөздерді сәтті жүргізу сияқты soft-skill'м иелену сөзсіз артықшылық болып табылады. Бірақ содан кейін барлық басқа қызметкерлер не істеуі керек? Бұл мәселені басқарушылар шешіп, кадрлық құрамның құрылуын қамтамасыз етуі керек.

Басқа мәдениеттердің өкілдерімен өзара әрекеттесу тікелей байланыс арқылы ғана емес, сонымен қатар іскери хат алмасу арқылы да болуы мүмкін. Іскери хат алмасу дағдылары барлық қызметкерлерге ие болуы керек. Егер қазіргі уақытта кәдімгі хат-хабарларды бәрі түсініп, оның нәзіктіктерін игерсе, онда мәдениетаралық коммуникация жағдайында диалог жүргізу әлі кең таралған емес. Бұған жоғарыда айтылғандай, шет тілін білу (іскерлік хат алмасуда көбінесе ағылшын тілі) және шетелде электрондық пошта хат алмасу ережелерін білу кіреді. Бұл дағдыларды оқытуды топ-менеджерлер де қамтамасыз етуі керек [2].

Егер сіз білім беру тақырыбынан алшақтасаңыз, ұлттаралық қақтығыстар мен кемсітушілік мәселесін атап өткен жөн. Қосымша дайындыққа қарамастан, кадрлардың кейбір бөлігі басқа мәдениеттер туралы түсінбеушілікті сақтай алады. Менеджерлер мен менеджерлер үшін мұндай жағдайларды көру және оларды дұрыс шеше білу маңызды. Әрине, олар өздері кемсітетін шешім қабылдамас үшін әріптестері мен бағыныштыларының мәдениеттерінің қыр-сырын жақсы түсінуі керек. Бірақ бұл жерде шекараны көру және саяси

дұрыстығыңызбен шектен шықпау маңызды. Соңғы уақытта біз кез-келген азшылық өздерін қысылып қалмас үшін артықшылықтар беруге тырысқан көптеген жағдайларды көріп отырмыз, бірақ олар өздерінің жақсы ниеттерімен шектен шығып, ұжымның қалған мүшелеріне әділетсіз жағдай туғызды.

Мәдениеттердің қақтығысы әр түрлі елдердің немесе ұлттардың мәдениеттерін ғана емес, сонымен қатар корпоративті мәдениеттерді де білдіруі мүмкін. Олардың айырмашылығы әсіресе келіссөздер кезінде айқын көрінеді. Тіпті бір елдің тұрғындары үшін де жалпы шешімге келу өте қиын, өйткені компанияларда істерді жүргізудің әртүрлі тәсілдері болуы мүмкін. Ол үшін, халықаралық келіссөздер жүргізу сияқты, компаниялар арнайы дайындалған қызметкерді жалдауы керек, жақсырақ тұрақты негізде. Дегенмен, мұндай компанияда осындай маман болса да, қалған жұмысшылар сәтті келіссөздердің негізгі дағдылары мен әдістерін меңгеруі керек.

Көптеген басшылар соңғы уақытта әртүрлі тренингтер, тестілеу және шеберлік сабақтарын өткізу үшін үшінші тарап жаттықтырушыларының қызметтеріне немесе қазіргі кезде жаттықтырушы деп аталады. Қазіргі уақытта ең көп таралғандардың бірі-эмоционалды интеллект тестілеуі (EQ). Мұндай қызметкерлер компанияны келіссөздерде немесе түрлі пікірталастарда, конференцияларда ұсынуы керек. EQ коэффициенті жоғары адамдар өзгеретін жағдайларға оңай бейімделеді, әңгімелесушіге бейімделеді және оның нақты эмоцияларын, сәйкесінше пікірін оқи алады деп саналады.

Қорытынды

2020 жылы Мінсіз қызметкер тиімді келіссөздер жүргізе білуі, толерантты және түсіністікпен қарауы, шет тілін меңгеруі және тұрақты оқуға дайын болуы керек. Бірақ адамдар робот емес, "мінсіз қызметкер" ұғымы жұмыс беруші үшін утопия болып табылады. Бірақ менеджер өз қызметкерлерін осы идеалға жақындату үшін бірнеше нәрсе жасай алады (және керек). Жоғарыда айтылғандардың бәріне сүйене отырып, ол:

Өзін-өзі оқытудан бастаңыз. Біріншісін алыңыз ол күткен және өз қызметкерлерінен талап ететін барлық дағдылар мен білім. Осылайша, ол оларға осы компанияның қызметкері қандай дағдылар мен білімге ие болуы керек екендігінің мысалын көрсетеді.

Олар үшін шет тілі бойынша курстар ұйымдастыру және басқа мәдениеттер туралы білім алу арқылы өздерінің кадрлық құрамын мәдениетаралық өзара іс-қимылға дайындау.

Өзіне және өз қызметкерлеріне қажетті soft-skill ' s дамыту. Мысалы, келіссөздер жүргізу және іскерлік хат алмасу.

Ірі компанияда келіссөздер және өзара іс-қимыл жөніндегі маманның негізгі кадрлық құрамына жалдау, өз қызметкерлерін шағын көлемде оқыту.

Ұйым мен ұжым ішіндегі процестерді жақсы түсіну үшін әр түрлі тренингтер мен тестілеуді үнемі өткізіп отыру, сондай-ақ біреудің ерекше қасиеттері мен оларды бизнесте тиімді пайдалану мүмкіндіктерін уақытында бөліп көрсету.

Тиімді менеджмент әрдайым мәдениетаралық бизнесті жүргізудің тез өзгертін жағдайларына бейімделе алады, бірақ қазір өз қызметкерлерін осы өзгерістерге сәйкес болуға үйрету қажет.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Чанхиева Ф.Ю. Основные модели и подходы к изучению кросс-культурного менеджмента в условиях глобализации экономики // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». — 2011. — С. 267–270.

2. Долятовский В. А. Кросс-культурный менеджмент - инструмент организации кросс-культурного взаимодействия // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. – 2017. – С. 1-10.

ӘОЖ 651.3

КОРПОРАТИВТІК БАСҚАРУ САПАСЫ МЕН КОМПАНИЯНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТИІМДІЛІГІ АРАСЫНДАҒЫ БАЙЛАНЫСТЫ АНЫҚТАУҒА БАҒЫТТАЛҒАН ЗЕРТТЕУЛЕРГЕ ШОЛУ

Алтыбай Г.Е., Тасполатова М.К., Қуантқан Ұ.С.
Ғылыми жетекші: магистр, оқытушы Байкенжеева Д.Б.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Статья посвящена рассмотрению вопросов, связанных с определением взаимосвязи между корпоративным управлением и финансовой эффективностью компании. Все исследования разделены на две группы. Первая группа нацелена на изучение влияния конкретной области корпоративного управления на финансовую эффективность компании. Вторая группа исследований связана с определением влияния корпоративного управления в целом.

Summary: The article is devoted to consideration of the questions, connected with evaluation of the correlation between corporate management and financial efficiency of the company. All researches are divided into two groups. The first group is aimed at studying of influence of the specific area of corporate governance on financial efficiency of the company. The second group is connected with definition of the corporate management influence as a whole.

Компанияның корпоративтік басқару сапасының оның қаржылық тиімділігіне әсері соңғы онжылдықтарда зерттеушілердің саны артып келеді. Ең шамамен есептеулер бойынша, бұл саладағы жұмыстардың саны өте кең және эконометрикалық және статистикалық талдау құралдарының көмегімен жүргізілген 200-ден астам гетерогенді және қарама-қайшы эмпирикалық зерттеулер бар.

Шартты түрде жүргізілген барлық зерттеулерді 2 топқа бөлуге болады. Олардың біріншісі-корпоративті басқарудың бір немесе бірнеше нақты бағыттарының компания құнына әсерін зерттейтін жұмыстар. Екінші топ корпоративтік басқарудың жалпы компанияның құнына әсерін қарастыратын жұмыстармен ұсынылған.

Компанияның қаржылық тиімділігіне әсер ететін корпоративтік басқару сапасының бір, бірақ негізгі сипаттамасын бөлу дәстүрі бірқатар эмпирикалық

зерттеулермен байланысты, мұнда Директорлар кеңесінің отырыстарын өткізу жиілігі, институционалдық инвесторлардың қолындағы меншік үлесі, директорлар мен менеджерлердің қолындағы меншік үлесі, компания президенті мен Директорлар кеңесі төрағасының позицияларының бөлінуі, тәуелсіз компаниялардың саны белгіленеді Директорлар.

Осындай алғашқы зерттеулердің бірін А.Шлейфер, Р. Вишни және Р. Морк жүргізді. 1980 жылғы Fortune 500 тізіміндегі АҚШ-тың 371 компаниясының деректерін пайдалана отырып, авторлар компанияның меншік құрылымының, атап айтқанда компания иелерінің менеджменті арасындағы қол жетімділіктің және Q-Тобин коэффициенті есептегіш ретінде пайдаланылған компанияның құнының байланыс мәселесін зерттеді. Зерттеудің нәтижесі осы екі көрсеткіш арасындағы сызықтық емес тәуелділікті анықтау болды: компанияның меншігіндегі менеджерлер үлесінің бастапқы өсуімен бизнестің құны өсті, бірақ бұл үлестің одан әрі өсуімен компания құнының төмендеуі байқалды. Сондай-ақ, авторлар компания менеджментінің құрамында оның құрылтайшыларының болуы Q-Тобин коэффициентіне, яғни компанияның құнына теріс әсер ететіндігін көрсетті. Дегенмен, олардың зерттеулері бірқатар маңызды кемшіліктерге ие, олардың ішіндегі ең маңыздысы Компанияның корпоративтік басқаруының басқа сипаттамаларын елемеу болып табылады, бұл компанияның меншік құрылымының оның құнына әсерін бұрмалауы мүмкін [1, 295-бет].

Алайда, бұл жұмыстың нәтижелері ішінара расталды Дж. Макконнелл мен Г. Серваес 1976 жылы 1173 фирманың және 1986 жылы 1093 фирманың үлгісі негізінде. Олар сондай-ақ компания иелерінің менеджменті мен компания құны арасындағы сызықтық емес байланысты анықтады, бірақ А.Шлейфер мен Р. Морктан айырмашылығы, инсайдерлік меншік иелері (менеджерлер) үлесінің компания құнына оң статистикалық маңызды байланысы инсайдерлік меншік үлесі 40-50% жеткенше байқалды. Ал А. Шлейфер мен Р. Морка бұл көрсеткіш 0-5% деңгейінде болды. Дж. Макконнелл мен Г. Серваес сонымен қатар институционалдық инвесторлардың үлесі компанияның құнымен айтарлықтай оң байланысты екенін көрсетті, дегенмен корпоративтік басқарудың осы аспектісін одан әрі зерттеу қарама-қайшы нәтижелерге әкелді. Мысалы, мак және Ли және Демзетс және Виллалонга сингапурлық (мак және Ли) және американдық (Демзетс және Виллалонга) компанияларға негізделген жұмыстарында институционалдық меншік пен компанияның көрсеткіштері арасында статистикалық байланыс болған жоқ [3].

Корпоративтік басқарудың белгілі бір салалары мен компанияның қаржылық тиімділігінің өзара байланысын зерттейтін жұмыс тобындағы бағыттардың ішінде Агенттік шығындар теориясы тұрғысынан компанияның басқаруындағы тәуелсіз директорлардың әсер ету механизмін зерттеуді бөліп көрсетуге болады. Осы тақырыптағы алғашқы жұмыстардың бірі тәуелсіз директорлардың үлесі мен компанияның құны арасындағы байланыс туралы гипотезаны жоққа шығарды. А. Клейн S&P 500 қор индексіне кіретін компаниялардың деректерін талдай отырып, тәуелсіз директорлар саны мен

компанияның құны арасында статистикалық маңызды байланыс таппады. Сонымен қатар А.Шлейфер, Р. Морк, Дж. Макконнелл және Г. Серваес Директорлар кеңесінің Инвестициялар және бухгалтерлік есеп комитетіндегі "ішкі директорлардың" үлесі мен Компанияның нарықтық құны арасындағы маңызды оң тәуелділіктерді анықтады.

Кейінірек с.Бхагат пен Б. Блэк АҚШ-тағы 934 ірі компанияның деректерін және институционалдық бөлісу қызметтері агенттігінің аналитикалық есептерін пайдалана отырып жүргізген зерттеу А. Клейннің тұжырымдарын растады, нәтижесінде олар тәуелсіз директорлар саны мен компанияның құны арасында оң байланыс бар деген гипотезаны жоққа шығарды.

Компанияның қаржылық тиімділігіне әсерін әртүрлі зерттеушілер белсенді түрде зерттейтін корпоративтік басқарудың тағы бір маңызды аспектісі-ақпаратты ашу және оның ашықтығы. Х.Марк, к. Линс, П. Миллердің еңбектерінде ADR арқылы АҚШ-тың қор алаңдарында американдық емес фирмаларды орналастырудың әсері талданды. Олардың зерттеуінің негізгі қорытындысы: АҚШ нарықтарында өз акцияларын орналастыратын фирмалар ұлттық стандарттармен салыстырғанда ақпаратты ашудың қатаң шарттарын сақтау қажеттілігіне байланысты жоғары бағаланады. Авторлар АҚШ нарықтарында орналастыру компанияның ішкі және сыртқы ақпараттық ортасын жақсартатынын және компанияға қатысты ақпараттық белгісіздік дәрежесінің төмендеуі оның құнына оң әсер ететінін көрсетті [2, б.17].

Корпоративтік басқарудың белгілі бір сипаттамаларының компания құнына әсерін анықтауға байланысты зерттеу тобының қысқаша шолуы әртүрлі авторлардың жұмыс нәтижелерінде кейбір сәйкессіздіктерді анықтайды. Мұндай бытыраңқылықтың себебі зерттеу жобаларының жеткілікті тар бағыты, корпоративтік басқару сапасы мен корпоративтік тиімділік сипаттамаларының қарапайымдылығы болуы мүмкін. Сонымен қатар, компанияның құны мен корпоративтік басқару сапасы арасындағы статистикалық маңызды тәуелділіктерге ие болған авторлар модельге көптеген шектеу үй-жайларын, деректерді іріктеу бөлігіндегі шектеулерді енгізді, модельдің стандартты емес сипаттамаларын қолданды. Мұның бәрі ұсынылған зерттеу тобындағы проблемалар туралы айтуға мүмкіндік береді.

Зерттеудің екінші тобы айтарлықтай табысты ғылыми бағыт болып табылады, өйткені ол жалпы корпоративтік басқарудың компанияның қаржылық тиімділігіне әсерін зерттейді. Корпоративтік басқаруды өлшеу белгілі компаниялар немесе тікелей зерттеушілер жасаған әртүрлі индекстер мен рейтингтердің көмегімен жүзеге асырылады, мұнда корпоративтік басқарудың белгілі бір сипаттамалары сәйкес салмаққа ие.

П. Гомперс, Дж. Ишии өз жұмысында Investor Responsibility Research Center (IRRC) деректері негізінде өздерінің корпоративтік басқару индексін құруға тырысты. Көрсеткіштердің бес негізгі тобы негізінде 1500-ге жуық компанияның корпоративтік басқару сапасы талданды: достықсыз иемденуді кейінге қалдыруға мүмкіндік беретін шаралар, акционерлердің құқықтары,

менеджмент жұмысының кепілдіктері, сатып алулардан қорғаудың басқа әдістері, штат заңдары. Нәтижесінде G индексі құрылды, онда ең үлкен мән (14-тен жоғары) ең нашар корпоративтік басқаруға сәйкес келді ("диктатор компаниялар" деп аталады) және керісінше (5 - тен төмен рейтинг-"демократиялық компания"). Модельдің эмпирикалық сынағы G корпоративтік басқару индексі төмен компаниялардың құны жоғары, пайда деңгейі жоғары, кірістің өсу қарқыны жоғары және корпоративтік сатып алулар саны аз екенін көрсетті [4].

Корпоративтік басқарудың жиынтық индексінің тағы бір нұсқасы және оның компания құнына әсері өз жұмысында Л.А. Бебчук пен А. Коэнді ұсынды. Авторлар П. Гомперс пен Дж. Ишии ігс корпоративтік басқару сапасының көрсеткіштері, акционерлердің құқықтарын шектеу дәрежесіне және компанияны иемденуден қорғауға қатысты тек 6 сипаттамамен шектелген. Л. А. Бебчук пен А. Коэннің зерттеу нәтижелері П.Гомперс пен Дж. Ишии корпоративтік басқару сапасы мен компания құны арасындағы корреляция.

Бұл зерттеулердің жалпы кемшіліктері, тұрақты нәтижелерге қарамастан, көрсеткіштер арасындағы статистикалық маңызды байланысты анықтау, біріншіден, компанияның құнын тек Q-Тобин коэффициентін көрсететін көрсеткіш ретінде пайдалануды қамтиды. Екіншіден, корпоративтік басқару сапасын бағалау үшін авторлар жалпыға бірдей танылған әлемдік агенттіктердің рейтингтерін есепке алмай, жекелеген көрсеткіштердің субъективті көрсетілген салмақтары бар жеке индекстерді әзірледі.

Бұл кемшіліктерді жою әрекеті А. Дурнев пен х. Кимнің 27 елден келген компаниялардың үлгісіндегі жұмысында жасалды. Жұмыс нәтижелері standard and Poor ' s (S&P) корпоративтік басқару индексі мен компанияның құны, сондай-ақ Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA) индексі мен компаниялардың құны арасындағы оң статистикалық маңызды байланысты анықтау болды. Модельді тексеру нәтижелері бойынша мыналар анықталды: CLSA индексінің 10 пунктке өсуі (мүмкін 100-ден) компанияның нарықтық құнын орта есеппен 9% - ға арттырады. Сонымен қатар, авторлар модельге компаниялардың нарықтық құны фирманың саласына қарамастан корпоративтік басқару сапасына оң әсер ететіндігі туралы маңызды алғышартты енгізді.

Б. С. Блэк Ресей нарығының деректері бойынша корпоративтік басқарудың 4 рейтингіне осы компаниялардың капиталдандыру өзгерістеріне қатысты олардың түсіндіру қабілеті тұрғысынан салыстырмалы талдау жүргізді. Зерттеу барысында "Standard & Poor 's", "Тройка Диалог", РА "сарапшы" және Brunswick UBS Warburg компаниялары жасаған рейтингтердің деректері пайдаланылды, ал компанияны бағалау көрсеткіштері ретінде тек Q - Тобин ғана емес, сонымен қатар Компанияның нарықтық құнының оның кірісінің мөлшеріне қатынасы, сондай-ақ нарықтық құнның қатынасы пайдаланылды компания өз активтерінің қалдық құнына.

Автор Tobin-Q логарифмінің айнымалысындағы өзгерістердің ең жоғары түсіндірме күші S&P ашықтық және ақпаратты ашу рейтингіне ие деген қорытындыға келді, оған 4 компонент кіреді: қаржылық ақпаратты ашу,

Операциялық ақпаратты ашу, меншік туралы ақпаратты ашу және директорлар кеңесі туралы ақпаратты ашу. Бұл рейтинг үшін авторлар басқа рейтингтермен салыстырғанда өтпелі регрессияда (OLS) және тұрақты әсер регрессиясында (бекітілген эффекттер) оң мәнді коэффициенттерге ие болды [4].

Экономикалық және қаржылық зерттеулер мен әзірлемелер орталығының (ЭЭФР) қызметкері А.Рачинскийдің зерттеуі Б. С. Блэктің жұмысын жалғастырды. Ол алған нәтижелер корпоративтік басқару сапасының жақсаруы, қаржылық көрсеткіштердің өсуі және нарықтың жалпы өсуі компаниялардың қаржылық тиімділігіне оң әсер ететінін көрсетті: рейтингтің 15 тармаққа өзгеруі компания құнының 37% - ға өсуіне сәйкес келді. Алайда, модель кірістер мен тиімділіктің логарифмдік айнымалыларын қолданды, олар кірістер мен кірістердің арақатынасы ретінде есептелді. Бір көрсеткішті екі рет қолдану мультиколлинеарлық проблемаға әкелмеуі мүмкін емес. Сонымен қатар, зерттеу әрқайсысында 1-ден 5-ке дейін бақылауы бар 30 компанияны қамтыды, яғни барлығы 150 бақылаудан аспайды, бірақ қорытынды кестеде 246 бақылау көрсетілген.

П. Ю. Старюка мен В. И. Полиенко а.Рачинскийдің моделін Электр энергетикасы, экспортқа бағытталған және телекоммуникациялық компаниялар үшін жалған салалық айнымалылармен (dummy) толықтырды. Бірақ шағын іріктеме (ең көбі 9 кезең бойынша 32 компанияның деректері) экспортқа бағдарланған компанияларды неғұрлым жоғары капиталдандыру туралы ғана қорытынды жасауға мүмкіндік берді. Басқа салалар бойынша ешқандай қорытынды жасалған жоқ.

П. Ю. Старюк пен В. И. Полиенконың зерттеулері компаниялардың нарықтық құнын қалыптастырудың салалық ерекшеліктерін ескеруге тырысты. Бұл басқа салалар үшін үлгілерді анықтауға мүмкіндік бермейтін шектеулі үлгі өлшемі болуы мүмкін. Рачинский мен Полиенко-Старюк модельдерінде нарықтық құнның қалыптасуына әсер ететін негізгі қаржылық көрсеткіштер ретінде кірістер мен сатылым рентабельділігі (Рачинский) немесе меншікті капиталдың рентабельділігі (Полиенко-Старюк) көрсеткіштері қолданылды. Бірінші жағдайда, бұл мультиколлинеарлыққа әкелді, екіншісінде – "меншікті капиталдың кірістілігі ресейлік компаниялардың нарықтық құнына (капиталдандыруына) дәйекті әсер етпейді және көбінесе компаниялар жүзеге асыратын корпоративтік басқару тәжірибесінің көрінісі болып табылады" деген қорытындыға келді. Мұндай даулы тұжырымдар мен тұжырымдар, біздің ойымызша, көрсеткіштерді дұрыс таңдамаудың салдары болды [5, б. 18].

Сондай-ақ, Р.А. Цой жүргізген зерттеуді атап өткен жөн, оның нәтижелері бойынша корпоративтік басқару рейтингі шынымен де нарықтық құнды қалыптастырудың факторы болып табылады, бірақ оның әсері модель есептелетін уақыт кезеңіне және зерттелетін компаниялардың салалық ерекшелігіне байланысты. Негізгі қаржылық және қаржылық емес факторлардың, соның ішінде корпоративтік басқару сапасының әсерін ескере отырып, компаниялардың нарықтық құнын бағалаудың түпнұсқа авторлық әдістемесі нәтижелердің жоғары сенімділігі бар көп факторлы модельдерді

есептеуге мүмкіндік берді (анықтау коэффициенті 0,95-0,98). 2001-2005 жылдар кезеңінде ресейлік компаниялар корпоративтік басқару рейтингін бірлікке көтере отырып, орташа есеппен $e_0, 135585 = 1,145207$ коэффициентіне нарықтық бағаның өсуіне сене алады, яғни рейтинг бірлікке көтерілген кезде Компанияның нарықтық құнының өсуі орта есеппен 14,5% құрады [6, б.98].

Тұтастай алғанда, корпоративтік басқару сапасын анықтау тәсілдеріндегі гетерогенділікпен, салынған эконометрикалық модельдердің әртүрлілігімен, оның жиынтық көрсеткіштерін таңдаумен, статистикалық материалдың кеңдігімен сипатталатын аталған зерттеулердің көпшілігінде корпоративтік басқару сапасының корпоративтік тиімділік көрсеткіштеріне статистикалық маңызды әсері расталды. Уақыт өте келе жүргізілген зерттеулер жетілдірілді: компанияның салалық байланысын ескеретін факторлар енгізілді, бақылау айнымалыларының саны артты. Модельдер барған сайын күрделі және дәл бола бастады. Бірақ сонымен бірге корпоративтік басқарудың жиынтық индекстері мен компания құнының өзара байланысын зерттеу саласындағы зерттеулер ең нәтижелі болып табылады, өйткені дәл осы байланыс эмпирикалық түрде жиі расталады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Morck R., Schleifer A., Vishny R. Management ownership and market valuation: an analysis // Journal of Financial Economics. -1988. - #2. - p. 293 – 316.
2. Гуляев К.А. Оценка качества системы корпоративного управления компании: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Москва, 2008. - 26 с.
3. Рогачев К.И. Анализ подходов, основанных на связи корпоративного управления в целом и стоимости компании. - <http://regnet.uran.ru/ej/file-or/52>.
4. Совместное исследование Российского института директоров и Научно-учебной лаборатории корпоративных финансов ГУ-ВШЭ: влияние качества корпоративного управления на эффективность деятельности компании. - <http://rid.ru/wp-content/uploads/2012/04>.
5. Старюк П.Ю. Влияние корпоративного управления на стоимость российских компаний (эмпирический анализ): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Москва, 2008. - 24 с.
6. Цой Р.А. Оценка рыночной стоимости российских промышленных компаний с учетом влияния корпоративного управления: дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук. - Ростов-на-Дону, 2007. - 174 с.
7. Эмпирический анализ влияния корпоративного управления на стратегическую эффективность российских компаний. - <http://www.pandia.ru/text/77/339/91347.php>

БУХГАЛТЕРЛІК БАЛАНСТЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ ЖӘНЕ ОНЫҢ АНЫҚТАМАСЫ ЕСЕП БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ОРЫНДАР

Амангелді А.Ж., Нақыпбек А.Б., Бойко И.Б.

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор – Агабекова Г.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В данной статье рассматриваются особенности бухгалтерского баланса, его определение и место в системе бухгалтерского учета.

Summary: This article discusses the features of the balance sheet, its definition and place in the accounting system.

Заманауи жағдайларда институционалдық бірліктердің табысты дамуының кілті қаржылық-шаруашылық қызметтің тиімділігін арттыру болып табылады, оған, атап айтқанда, негізделген бизнес шешімдерін қабылдау үшін қажетті ақпаратты пайдалану арқылы қол жеткізіледі. Осылайша, коммерциялық ұйымдар оның мүлдік, қаржылық жағдайын және қаржылық нәтижелерін сенімді түрде көрсететін сапалы, сенімді және уақтылы ақпаратқа қызығушылық танытады.

Бұл бухгалтерлік есеп жүйесінен шаруашылық жағдайындағы өзгерістерге жедел әрекет етуді талап етеді, бұл есеп беру нысандарын дайындау мен пайдалануда сапалы жаңа, шығармашылық тәсілдер қолдану қажеттілігін анықтайды, оның жүйесінде орталық орын балансқа беріледі.

Бастапқыда бухгалтерлік есепке тән баланстық әдіс коммерциялық ұйымдардың қаржылық-шаруашылық қызметінің әртүрлі салаларында, соның ішінде институционалдық бірліктерді басқаруда және модельдеу стратегияларында кеңінен қолданылатыны белгілі. Бухгалтерлік баланстың қаржылық-шаруашылық қызметінің көптеген салаларында қолданылуы бухгалтерлік есеп ғылымында жеке сала – баланс ғылымын анықтау қажеттілігін анықтаған баланс әдісін әзірлеу және жетілдіру қажеттілігін анықтайды [1].

Сонымен қатар, қайта ұйымдастыру процестері, холдингтік құрылымдарды құру арқылы шаруашылық жүргізуші субъектілерді біріктіру, сондай-ақ коммерциялық ұйымдарды тарату балансты жасаумен бірге жүреді. Сонымен қатар, бүгінгі күні бірқатар мәселелердің, оның ішінде нысандары бөлінетін және аралық тарату баланстарын қалыптастыруға байланысты мәселелердің әдістемелік әзірленуі жеткіліксіз.

заңнамалық деңгейде бекітілмеген; коммерциялық ұйым Қазақстан Республикасының ұлттық стандарттарына сәйкес бухгалтерлік есепті жүргізген жағдайда халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес шоғырландырылған есептілікті жасау – осының барлығы тиісті нақты шаруашылық саласында қолданылатын бухгалтерлік баланс нысандарын жетілдіру қажеттілігін анықтайды шарттар (біріктіру, қайта ұйымдастырудың әртүрлі нысандары, тарату, басқару есебі жағдайында), ХҚЕС бойынша

шоғырландырылған есептілікті, соның ішінде балансты дайындауды жеңілдетуге бағытталған шаруашылық жүргізуші субъектілер үшін бухгалтерлік есеп стандарттарының жобаларын құру.

Қазіргі коммерциялық ұйымның қызметі бухгалтерлік есеп жүйесі арқылы кіріс және шығыс ақпарат ағындарын тіркеудің тұрақты процесімен ажырамас байланысты. Бұл бухгалтерлік есеп жүйесінің икемділігі мен бейімділігі, бұл бухгалтерлік баланс бір бөлігі болып табылатын есеп беру деп аталатын белгілі форматтардағы деректерді өңдеуге және топтастыруға мүмкіндік береді [2].

Ғылыми, оқу әдебиеттерінде, нормативтік құқықтық актілерде «бухгалтерлік есеп», «қаржылық есеп беру», «бухгалтерлік (қаржылық) есеп беру», «қаржылық (бухгалтерлік) есеп беру» сияқты терминдер қолданылады. Кейде бұл терминдер синоним ретінде қолданылады, бұл терминологиялық қордың бірлігінің жоқтығын көрсетеді.

Есеп беру саласында біртұтас терминологиялық базаны қалыптастыру, теория мен практикада қолданылатын терминологияда сәйкессіздіктер мен шатасулардың туындауының алдын алу мақсатында бухгалтерлік балансты белгілеу бөлігінде терминологиялық базаны келесідей біріздендіруді ұсынамыз:

1) құрастырылған балансқа арналған «баланс» термині бухгалтерлік есеп заңнамасын сақтау;

2) халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес жасалған бухгалтерлік баланс үшін «қаржылық жағдай туралы есеп» терминін қолдануға;

3) «бухгалтерлік баланс» немесе «баланс» терминдерін:

3.1) бухгалтерлік баланс жасалатын нормативтердің мағынасы маңызды болмаған кезде;

3.2) отандық және басқа да стандарттарға, соның ішінде халықаралық стандарттарға сәйкес жасалған балансқа қатысты. Сонымен қатар, егер (бухгалтерлік) баланс стандарттар бойынша құрастырылмаса, оның қандай стандарттарға, ережелерге, ережелерге сүйене отырып құрастырылғаны нақтылануы керек;

4) бухгалтерлік есеп деректері негізінде қалыптастырылған басқа баланстар үшін басқару балансы, болжамды баланс, туынды баланс, туынды баланс және т.б сияқты терминдерді пайдалануды ұсынамыз. Басқару есебі жүйесінде балансты қалыптастыруға негіз болған стандарттарды, есептілікті жасау ережелерін ұлттық ерекшелігіне назар аудару қажет болса, мыналарды басшылыққа алу керек: баланс деп атауға болады, мысалы, туынды бухгалтерлік баланс (бұл бухгалтерлік есеп туралы заңнаманың негізінде бухгалтерлік баланстың түпнұсқасы құрастырылғанын білдіреді), туынды қаржылық есеп (егер бастапқы баланс ХҚЕС негізінде жасалғанын нақтылау қажет болса) [3].

Бухгалтерлік балансты құру мен түсінудің негізі баланс теңдеуі – активтер, пассивтер, пассивтер және меншікті капитал арасындағы қатынасты көрсететін теңдеу болып саналады. Баланс теңдеулерін зерттеу балансты жалпылаудың келесі топтарын анықтауға мүмкіндік берді:

I. Дәстүрлі баланс теңдеулер.

II. Бухгалтерлік есептің негізгі теорияларынан алынған баланстық теңдеулер.

III. Бухгалтерлік есеп теңдеулері.

Дәстүрлі баланс теңдеулері негізгі және капитал балансының теңдеулерін қамтиды. Баланстың негізгі теңдеуі (Актив = Міндеттеме) - Бұл теңдеу ешқандай нақты есеп теориясына жатпайды.

(статикалық, динамикалық, кеңсе және т.б.), бірақ тепе-теңдікті құру формасын көрсететін ең қарапайым теңдеу болып табылады. Негізгі тепе-теңдік теңдеуі әмбебап және кез келген тепе-теңдік теориясы шеңберінде қолданылатын кеңейтілген.

Капитал балансының теңдеуі коммерциялық ұйымда активке құқықтардың пайда болуы шектеуші жағдайлардың (аванстардың, лизингтердің, несиелердің) пайда болуымен байланысты бола бастаған жағдайларда пайда болды және нәтижесінде мұндай жағдайлардың пайда болуымен байланысты болды. баланс форматы – негізгі баланс теңдеуіне қарыз капиталын енгізу.

Бухгалтерлік баланстың мәні оның мақсатынан көрінеді: бір жағынан бухгалтерлік баланс заңды тұлғаның белгілерінің бірі болса, екінші жағынан ол бухгалтерлік есеп әдісінің бөлігі болып табылады, үшінші жағынан ол субъект болып табылады. бухгалтерлік балансты басқару, төртіншіден есеп беру нысандарының бірі, бесіншіден құрал болып табылады, оны пайдаланушылардың коммуникациялары. Тепе-теңдіктің бұл әмбебаптығы тепе-теңдік туралы ғылым теориясында үлкен классификациялық платформаның қалыптасуына себеп болды.

Осылайша, балансты бөлу үшін жіктеу критерийлерінің әртүрлі сандарын (беске дейін, бестен көп жіктеу критерийлерін және баланстың әртүрлі түрлерін анықтайтын авторларды) қолданатын авторлар топтарын анықтау арқылы бухгалтерлік балансты жіктеу туралы ғалымдардың пікірлерін жүйелендірдік. жіктеу критерийлері бойынша бөлусіз ведомостар), сондай-ақ баланстарды топтастыру үшін ең жиі ерекшеленетін жіктеу сипаттамалары анықталды, оларға келесі сипаттамалар кіреді:

құрастыру уақыты; көлемі бойынша; тазалау әдісі бойынша; көздері бойынша; қызмет сипаты бойынша.

Біз бухгалтерлік есептің үстелдік, рулық, статикалық, динамикалық және эволюциялық-бейімделу бағыттары сияқты бірқатар теңгерім теориялары шеңберінде қалыптасқан баланстарды зерттедік. Дәстүрлі емес нысандағы туынды баланстарға әлі де ерекше назар аударылады коммерциялық ұйымның дамуына ықпал ететін басқару шешімдерін қабылдау мақсатында бухгалтерлік есеп ақпаратын ұсыну. Эволюциялық-бейімделу тепе-теңдігі теориясының баланстары коммерциялық ұйымның және оның мүлкінің құнын анықтауға, байқауға және талдауға мүмкіндік беретін баланстарға жіктеу арқылы жүйеленген (нөлдік, актуарлық және органикалық туынды баланстар), баланстар көмегімен баланстар. қаржылық-шаруашылық қызметті жоспарлау

және стратегиялық басқару жүзеге асырылады. коммерциялық субъектінің қызметі (ситуациялық, стратегиялық, фракталдық, иммунизациялық хеджирленген, транзакциялық баланстар), коммерциялық ұйымның резервтік жүйесін және төлем қабілеттілігін басқару бойынша баланстар (мониторинг, иммунизация, хеджирленген, интеграцияланған тәуекелдің туынды балансы), жүйелік емес туынды баланстар (синергетикалық туынды баланс, аутсорсинг, виртуалды, еншілес, елеулі, венчурлық және т.б.). Баланстардың ұсынылып отырған классификациясы қазіргі заманғы шаруашылық жүргізуші субъектілердің басқару тәжірибесі үшін қажетті бағыттағы есепті таңдау процесін жеңілдетеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Шевелев А.Е. Организация бухгалтерского учета в современных условиях / А.Е. Шевелев // Вестник ЮУрГУ, № 3, 2013. Серия «Экономика и менеджмент» – Т.7. — с. 188-190.
2. Сахчинская Н.С. Учетная политика коммерческих организаций: методология формирования и механизм реализации: дис. док. эк. наук: 08.00.12: / Н.С. Сахчинская. – Тольятти.
3. Нурсеитов Э.О. Обзор состояния бухгалтерского учета и аудита в Казахстане. URL: <http://profa.kz/> (дата обращения: 04/02/2019).

ӘОЖ 330.33.02 328.18

БІРІҢҒАЙ ӘЛЕУМЕТТІК САЛЫҚТАРДЫ РЕФОРМАЛАУ- СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ ШАРАЛАР

Амантай А.Р., Карамырза Е.Б., Розматов М.А. ГМУк 23-1М топ бб
Ғылыми жетекші: э.ғ.к. Демеубаева А.О.
Орталық -Азия Инновациялық университеті

Резюме: Рассмотрены возникновение и нарастание теневых процессов в экономике. Рекомендовано эффективное общественное противодействие.

Summary: Are considered occurrence and increase of shadow processes in economy. The effective public counteraction is recommended.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей салық төлеуден жалтару проблемасын шешудің негізгі бағыттары – салықтарды нәтижелі басқару мен оларды төлеу үшін экономикалық стимул жасау болып табылады. Бұл жағдайда алғашқы бағыт ретінде салық жинау шараларын қатайту, екінші бағытта – салық салу деңгейін төмендету ұсынылады.

Бірыңғай әлеуметтік салықты (БӘС) реформалау мәселесіне қызығушылықтың артуы көп жағынан көлеңкелі жалақылар феноменінің, жалпы көлеңкелі экономиканың тұрақты өмір сүруіндегі негізгі фактор болып табылуымен анықталады. Осыған байланысты үкімет өкілдері тарапынан жуырда ғана жүргізілген салық реформасы экономиканы ашық сипатқа көшіруге бағытталған шара ретінде қарастырылатындығы бірнеше рет атап өтілді.

БӘС-тің экономиканың «көлеңкеге» жылыстауына әсері мынада, салық кодексіне сәйкес ашық түрде төленетін жалақыларға қосымша ретте жұмыс беруші сондай-ақ олардың мөлшерін 26% -ға дейін үстемелер төлеуге міндетті. Мұндай жағдайларда «сұр» схемаларды пайдалану арқылы атқарылатын жалақы төлемі жұмыс берушіні көрсетілген салық міндеттемелерден босатады. Мұның өзі бизнестің рентабельдігіне онда әсер ететіндігі сөзсіз.

Салық кірістерін толық көрсетуге көшу үшін жағдайлар мен ынталар жасаудың басты бағыты ретінде үкімет салық жүктемесін азайту жолын таңдап алды. Сонымен қатар бизнес – патриоттың моральдық қағидаттарын кәсіпкерлерге жеткізу үшін ымтылып жатқан бас прокуратура мен салық органдары қарқынды қызметі салық жинау бойынша шараларды қатайтуды да ұмытқан жоқ. Осы салада ел басшылығы тарапынан құрамдастырылған тактиканы таңдап алынғандығын атап өткен жөн. Оның нәтижелілігін бағалау және БӘС-ті төлеуден жаппай жалтару себептерін дұрыстап түсіну керек.

Әдетте, салықтық құқық бұзушылығы үшін жазалану қауіпі «сұр» схемаларды пайдаланудан пайда көруді едәуір төмендеті түседі. Сондай-ақ мұндай жазалар көп жағдайда материалдық емес сипатта келеді (түрмеге қамау және т.б.). Мадельді оңайлату үшін айып санкцияларының орнына мынадай шарт енгізілген, қос схемадан алынатын тепе-тең қаржы нәтижесі жағдайында тараптар төлемдердің «ақ» схемасын таңдай алатын болады.

Алынған нәтиженің көрсетуінше, жұмыс берушіге «сұр» схема салықтан жалтару шығындары оны төлеу құнының төмен болып келгенше пайдалырақ саналады.

Сонымен, 1 шартта сақтау жағдайында қос жақта да басымдық танытушы стратегияның болуы, олардың «сұр» схеманы қолдану нүктесінде тепе-теңдігінің пайда болуына әкеледі. Басқаша айтқанда, жұмыс беруші мен жұмыскердің «сұр» схемаларды пайдалануға мүдделі болулары салық төлемдерін өзара азайту мақсатында жасырын (немесе ашық) сөз байласуға әкеледі. Мұның өзі осы салықты төлеуден жалтару бойынша әлеуметтік норманың тұрақтылығын көрсетеді.

Шынайы жағдайда осы шарттың қаншалықты сақталатындығын тексеріп көруге болады. Айталық, «сұр» схемаларда пайдаланудың орташа құны 10 %-да құратын болсын. Бұл жағдайда «ақ» схемалар БӘС-тің бұрынғы 35 % мөлшерлемесі жағдайында барынша тартымшы бола түседі. Оны төлеуге мәжбүрлесу схемасы 70 %-дан асуға тиіс. Яғни жұмыс беруші схеманың 2/3 жағдайда жұмыс істемейтіндігіне сенімді болуы керек. «Сұр» схемаларды жаппай пайдалану сипаты көпшілік жұмыскерлердің осы ықтималдылықты едәуір төмен бағалайтындықтарын көрсетеді.

Әдетте, салық мөлшерін төмендету мен оның жиналуын қатайту (р ұлғаюы) келтірілген шарттың құқықтық маңызын азайта түседі. Түпкі есепте мұның өзі оның бұзылуына әкелуі мүмкін, мұны жұмыс берушінің бойында төлемнің «ақ» схемасына көшуге қызығушылық танытуы теориялық тұрғыдан білдіреді, өйткені салық төлемінің әлеуетті құны жалтару құнынан төмен болып отыр. Осыған орай үкімет оқиға барысы осылай өрбиді деп сенім артып отыр.

Сонымен қатар бұл жағдайда теория маңызды түрде практикадан алшақтай түседі. Біріншіден, «ақ» схемаға көшуге жұмыскерлер емес, жұмыс берушілер мүдделі болады. Сөйтіп, екі жақтың арасында әлдебір мүдделер қақтығысы туындайды, өйткені олар өздеріне пайдалы ретте түрліше схемаларды пайдаланған қолайлы деп санайды. Мұның өзі кірістерді ашық сипатта жүргізуге қаншалықты әсер ететіндігі әлі анық емес. Атап айтсақ, жұмыс берушінің шешімі жұмыскерлердің мүддесіне аздап болса да тәуелді келсе, онда онсыз да нәзік «ақ» схемалар келмеске кетуі мүмкін.

Сонымен қатар «сұр» схемалардың нақты құны салық төлеушілердің едәуір бөлігі үшін маңызды түрде 10 %-тен төмен болуы мүмкін. Сондықтан қолданылушы шаралар салыстырмалы түрде салық төлеуден жалғарудың қымбат схемаларын (жоғары е) пайдаланатын немесе бақылаушы органдардың назарына іліккен (жоғары р) компанияларда ғана жалақыны ашық сипатқа көшіруге ықпал ететін болады.

БӘС реформалаудың баламалы нұсқасын қарастырайық, ол - әлеуметтік салық төлеу міндеттемелерін жұмыс берушіден жұмыскерге арту болып табылады. Салық төлеудің мұндай жүйесі көптеген елдерде, соның ішінде әлеуметтік төлемдер деңгейі жоғары саналатын Швецияда да бар.

Ең алдымен бұлай етіп өткізу «ақ» схеманы пайдаланатын кәсіпорынның шығысына да, «ақ» жалақы алушы жұмыскердің кірісіне де әсер етпейді. Тек қана есептелген жалақы мөлшері ғана өзгереді, оны қазір БӘС төлеміне жұмсалатын қаржы көлеміне, яғни орташа 26%-ға көбейту қажет. Салық базасының мұндай өсімі жағдайында кіріс салығы мөлшерлемесін ешбір қиындықсыз 10,3 %-ға дейін, ал БӘС мөлшерлемесін 20,6 %-ға дейін төмендетуге болады. Нәтижеде, жұмыскердің кіріс салығының жалпы деңгейі шамамен 31 %-ды құрайды.

Сонымен қатар БӘС-ті жұмыскерге арту жағдайында «сұр» схеманы ашу кезінде жұмыс беруші жұмыскерлер арасындағы өз беделінен басқа ешнәрсе жоғалтпайды, өйткені ол үшін қосымша қаржы міндеттемелері туындамайды. Мұндай жағдайларда болашақта орын алатын ұзақ әрі қымбатқа түсетін сот талқылауларынан бойын аулақ салуы үшін кәсіпорын басшысы жұмыскерлердің шынайы кірістері туралы ақпараттың таралуына жол беріп алып, «индульгенциялар сатып алуға» мәжбүр болады.

Сөйтіп, ұсынылып отырған БӘС салыну тәртібі жұмыс берушілерді мемлекет жағына шығару жолымен бірыңғай «салыққа қарсы майдан» ішіне жік түсіреді. Осыған байланысты қазіргі қолданыстағы салық тәртібінен гөрі 60-70 % мәжбүрлеу ықтималдылығына қол жеткізген оңай.

Алынған нәтижелерді қарапайым түрде былай көрсетуге болады. Біріншісі – жалпы еңбек салығы деңгейінің төмендеуі көлеңкелі кірістерді бір жақты ашық сипат алуына әкелмеді. Екіншісі – көлеңкелі кірістерді заңдастыру салық салу нысанын ауыстыруға, яғни салық төлеуді жұмыс берушіден жұмыскерге көшіруге ықпал етуі мүмкін. Осы екі нәтиженің негізділігі туралы болжамды тексеру үшін бірқатар регрессиялық тесттер өткізілді.

Өкінішке орай, көлеңкелі экономиканың ауқымдары туралы қолда бар деректер өте шектеулі, мұның өзі жоғарыда келтірілген модельдердің тікелей эконометриялық тестін өткізуге мүмкіндік бермейді. Сондай-ақ бір елдің шекарасындағы салық мөлшерлемесі бірыңғай болуын ескере отырып, бір елдің ғана деректерін пайдалану арқылы көлеңкелі экономиканың ауқымдарына салық салу формаларының әсерін зерттеп білу мүмкін емес. салық салынатын нысандардың айырмашылықтарына қарай кірістерді заңдастыру нәтижесін түрлі салық тәртібіне ие елдердегі жағдаймен салыстыру арқылы ғана байқауға болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Қарысбаев Е. Сыбайлас жемқорлықпен күресудің бүгінгі таңдағы өзекті мәселелері // Қазақстан жоғары мектебі №3. 2018.
2. Есипов В.М. Экономическая безопасность хозяйствующих субъектов в России // Эпи №8. 2014. с. 148-158
3. Тарасов М. Усиление роли государства по ограничению теневой экономики в России // Проблемы теории и практики управление №2. 2017 с. 19-23

ОӘЖ 657.1/42

БІРЫҢҒАЙ ЦИФРЛЫҚ ВАЛЮТА-МҮМКІНДІКТЕР МЕН ТӘУЕКЕЛДЕР

Андросова К.Д., Ажибек А.Г., Кенжебекұлы Б.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., аға оқытушы Агабекова Ш.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В статье рассматривается единая цифровая валюта, ее возможности и риски.

Summary: The article discusses a single digital currency, its opportunities and risks..

Тапсырмада цифрлық валютаны қолдану географиясы белгіленбегендіктен, әдепкі бойынша мен ЕАЭО-ға қатысушы елдердің аумағын қарастыратын боламын.

Бірыңғай цифрлық валютаны енгізу бастамасы бұқаралық ақпарат құралдарына және әлеуметтік желілердегі түрлі қоғамдық-саяси топтарға бірнеше рет "енгізілді". Егер ұлттық валютаны ауыстыруға немесе Ресеймен байланысты кез-келген нәрсені қайталауға қарсы ең қатал ұлтшылдардың жағымсыз реакцияларын былай қойғанда, таза техникалық мәселелер пайда болады, бұл төлемнің негізгі құралы ретінде бірыңғай цифрлық валютаны енгізуді қиындатады.

Атап айтқанда, валюта қамтамасыз етусіз өмір сүре алмайды. Ақшаның анықтамасының өзі "әмбебап тауар" сияқты естіледі, яғни басқа тауарларға айырбастауға болатын нәрсе, баламалы мәні бар нәрсе. Тұрақтылыққа деген ақылсыз сеніммен (мысалы, доллар немесе криптовалюта) немесе нақты алтынмен (мысалы, Бірінші дүниежүзілік соғысқа дейін Фунт стерлинг) расталған құндылық. Бүгінде алтынмен қамтамасыз етілген бірде-бір валюта

қалмады, бірақ тек "өйткені" сенім аз (көптеген криптовалюталар). Содан кейін валютаны белгілі бір активтермен қамтамасыз ету мүмкіндігі қалады, яғни валютаны акцияларға айналдыру, бірақ бұл жағдайда валютаның құнын бір деңгейде бекіту мүмкін болмайды. Бұл процеске әр түрлі елдердің активтерін тарту қажет екендігі туралы айтпағанда, бұл қатысушы елдің азаматтары тарапынан елеулі сұрақтар туғызады.

Ғылыми фантастикалық шығармаларда мұндай механизмдер әдеттегідей бейнеленген-басты кейіпкерлер көбінесе "несиелер" сөзін қолданады немесе уақытпен төлейді немесе өздерімен бірге алтын түйіршіктерін немесе жазушылардың қиялы созылатын нәрсені алып жүреді. Алайда, валютаны енгізу процесінің өзі, оның тұрақтылығы / тұрақсыздығы сияқты, әрқашан шектен тыс қалады.

Дегенмен, қазіргі экономикада мысал ретінде қарастыруға болатын жеткілікті табысты механизм бар-бұл "Арнайы қарыз алу құқықтары" (SPD), несиелер берілетін ХВҚ-ның арнайы валютасы. Оның материалдық формасы жоқ және бес негізгі валютаның ағымдағы бағамдары негізінде анықталады: доллар, еуро, юань, йена және Фунт стерлинг. Мұндай валюта ХВҚ несиелері бойынша есеп айырысу үшін төлем құралы түрінде өмір сүруге құқылы, өйткені бұл валюталардың бірінің құбылмалылығы жағдайында күрт ауытқуларды болдырмауға мүмкіндік береді.

Алайда, ХВҚ – бұл елдер өз еркімен жүгінетін ұйым, ол SPZ – ден несие алуға мәжбүр етпейді және оларды төлем құралы ретінде алуды талап етпейді- бұл валюталық ауытқулар мен нарықтық күйзелістерді теңестірудің баламасы немесе ортақ белгісі.

СПЗ мысалын ЕАЭО-ға қатысушы елдер пайдалана алады, бірақ оны іске асыру үшін бірінші кезекте қажеттілік сұрағына жауап беру қажет, себебі негізгі есептеулер доллармен немесе ұлттық валюталармен жүргізіледі.

Бірыңғай цифрлық валютаны ұйымдастыру сөзсіз эмиссия мәселелерін тудырады: оның айналымдағы санын кім анықтайды, өйткені ол басқа криптовалюталар сияқты орталықтандырылмаған сипатта бола алмайды? "Сандық жұмсартудан" қандай қорғаныс механизмдері бар? Оны пайдалану қауіпсіздігін қандай механизмдер қамтамасыз етеді? Сандық валюта қандай міндеттерді шешуге арналған? Елдер ұлттық валютаның орнына немесе олармен қатар осындай валютаны енгізуге дайын ба? Ұлттық валюталарды алу және оларды ауыстыру процесі қалай жүреді? Бұл валюталардың құндылығын не қамтамасыз етеді және олар "валюта дәлізі" шеңберінде бекітілген, өзгермелі немесе қысылған бола ма? Саяси және техникалық сипаттағы мәселелер тым көп.

Тұтастай алғанда, цифрлық валюта идеясының өзі қызықты естіледі – елдерді біріктіруге және әрбір қатысушы елдер үшін валюталық тәуекелдерді төмендетуге мүмкіндік беретін бірыңғай төлем құралы (Еураз / алтын / цифрлық рубль). Бұл сыртқы жағдайдан туындаған тәуекелдер, олар ұлттық валюта жүйелерінде бағамды тұрақтандыру құралдарымен және экспортқа

бағытталған шикізат экономикасымен көрінеді. Осыған байланысты Цифрлық валютада, мысалы, эмиссия арқылы реттеуге арналған құралдар көп болар еді.

Бірыңғай цифрлық валютаның пайдасына қосымша дәлел оның ағындарын бақылаудың артуы болуы мүмкін. Егер әрбір таңбалауыштың өзіндік бірегей нөмірі болса, онда құқық қорғау органдарында терроризмді қаржыландыруды болдырмау және заңсыз кірістерді жылыстату тұрғысынан қаржы ағындарын бақылаудың елеулі құралы болады. Рас, мұнда азаматтарды бір немесе бірнеше елдің құқық қорғау органдарын теріс пайдаланудан қорғау мүмкін емес.

Жалпы, бірыңғай валюта тұжырымдама ретінде қызықты және тартымды көрінеді деп айтуға болады. Теорияда ол экономикалық егемендіктің пайдасына ойнайды және транзакцияларды жеделдету арқылы экономиканың дамуына серпін бере алады, алайда егжей-тегжейлі қарастырған кезде нақты сұрақтар қою немесе (әсіресе) нақты жол картасын ұсыну өте қиын болатын көптеген экономикалық, саяси және техникалық мәселелер туындайды. Осылайша, шындық бізге қандай мысалдар ұсынбаса да, ЕАЭО-ға қатысушы елдер шеңберінде де жалпыға бірдей қабылданған төлем құралы ретінде бірыңғай цифрлық валюта әзірге ғылыми фантастика саласында немесе бірқатар контрагенттермен шектелген өте тар жергілікті қолдану саласында қалып отыр.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кочергин Д. А., Янгирова А. И. Цифровые валюты как новая форма денег центральных банков // ЭКО. 2019. № 10. С. 148-171. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2019-10-148-171.
2. Сапожков О., Крючкова Е. Цифровые активы двинулись вспять // Коммерсантъ. 2018. 30 ноября. [Эл. ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3814473>.
3. Кочергин Д. А. Системы электронных денег в финансовых центрах Азии // Мировая экономика и международные отношения, 2017б. Т. 61. № 7. С. 54–63.

ӘОЖ 336.648

КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН БАҒАЛАУ

Арапбаева Ж.Ш. аға оқытушы, магистр,
Тасқұл А.Б., 2 курс, қаржы мамандығы
Шымкент университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассматриваются оценка финансовой устойчивости предприятия требует анализа его финансового состояния для принятия объективных, научно обоснованных и гармонично организованных управленческих, производственных и особенно финансовых решений.

Summary: The article examines the assessment of the financial stability of an enterprise requires an analysis of its financial condition in order to make objective, scientifically grounded and harmoniously organized management, production and especially financial decisions.

Кез-келген бизнес түрінің нәтижесі қаржылық ресурстардың бар болуы мен олардың пайдалану тиімділігінен тәуелді. Қаржы ресурстарын кәсіби басқару қазіргі сандық талдау әдістерін пайдалана отырып кәсіпорынның қаржылық - экономикалық жағдайына терең талдау жүргізуді талап етеді. Осыған байланысты бүгінгі күні қаржылық талдаудың маңызы артып отыр. Себебі қаржылық талдаудың негізгі мазмұны – қаржылық тәуекел деңгейін бағалау мен капитал табыстылығының деңгейін жобалау мақсатымен кәсіпорынның қаржылық жағдайы мен оны анықтаушы факторларды кешенді, жүйелі оқу.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайы (ҚҚЖ) – айналыс үрдісіндегі капиталдың жағдайын сипаттайтын және шаруашылық субъектінің нақты сәттегі өз қызметін қаржыландыру мүмкіншілігін бейнелейтін көрсеткіштер жүйесімен анықталады. Қорыта келгенде, кәсіпорынның қаржылық жағдайы оның қаржылық тұрақтылығы мен төлем қабілеттілігімен сипатталады [1].

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы ұғымы арнайы әдебиеттерде талқыланады: қаржылық тұрақтылық - бұл қызмет үрдісінің жеткілікті қаржылық қамтамасыз етілуі; қаржылық тұрақтылық - бұл кәсіпорын шоттарының оның төлем қабілеттілігіне үнемі кепілдік беретіндей етіп орналасуы; қаржылық тұрақтылық - бұл кәсіпорынның ақша қаражаттарын еркін, әрі тиімді пайдалана отырып, өндіріс пен сату үрдістерін, сонымен бірге үдемелі ұдайы өндірісті қаржыландыру мүмкіншілігі.

Корпорацияның қаржы тұрақтылығын талдау оның есеп беру кезеңіндегі қаржы ресурстарын қаншалықты дұрыс басқарғаны туралы мәселені анықтауға мүмкіндік береді. Корпорацияның қаржы тұрақтылығы катынасты және абсолютті көрсеткіштермен сипатталады. Осыған сәйкес корпорацияның қаржы тұрақтылығын талдау барысында оның қатынасты және абсолютті көрсеткіштері зерттеледі.

Қаржы тұрақтылығының қатынасты көрсеткіштері қаржы жағдайын сипаттайтын бірқатар коэффициенттермен сипатталады. Олар: тәуелсіздік коэффициенті, тәуелділік коэффициенті, қаржыландыру коэффициенті, қарыз және меншікті қаражаттардың арақатынасы коэффициенті, инвестицияларды өтеу коэффициенті, инвестициялау коэффициенті және т.б.[2].

Қаржы тұрақтылығының абсолютті көрсеткіштері - тауарлы-материалдық босалқылардың олардың қалыптасу көздерімен қамтамасыз етілу дәрежесін көрсететін көрсеткіштер.

Нарықтық қатынастардың даму жағдайында корпорациялардың қаржылық жағдайын талдаудың маңызы зор. Бұл корпорациялардың тәуелсіздікке ие болуымен, сондай-ақ олардың меншік иелері, жұмысшылар, коммерциялық серіктестер және басқа контрагенттер алдында өзінің өндірістік-кәсіпкерлік қызметінің нәтижелері үшін толық жауапкершілікте болуымен байланысты. Нарықтағы кәсіпорынның өміршеңдігінің кепілі мен жай-күйінің орнықтылығының негізі оның қаржы тұрақтылығы болып табылады. Ол ақша қаражатын еркін орын алмастыра отырып қолданып, тиімді пайдалану

жолымен өнімді өндірумен сатудың үздіксіз процесін қамтамасыз ете алатын өзінің қаржы ресурстарының жағдайын көрсетеді.

Кәсіпорынның қаржы тұрақтылығын бағалау объективті, ғылыми негізделген және үйлесімді ұйымдастыра отырып басқару, өндірістік, әсіресе қаржылық шешімдер қабылдау үшін оның қаржылық жағдайын талдау керек.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау жөніндегі сұрақтарды қарастырмас бұрын, “қаржылық жағдай” дегеніміз не соны анықтап алайық. Соңғы жылдары шығарылған әдебиеттерде бұл ұғым әр түрлі түсіндіріледі. Бұл туралы профессор А.Д.Шеремет “Кәсіпорынның қаржы жағдайы қаржыны тарату, пайдалану, ұйымдастыру және оны қалыптастыру көздерімен сипатталады” деп айтқан. Ал профессор Н.А.Русак бұл ұғымды былайша анықтайды: “Кәсіпорынның қаржылық жағдайы қаржы ресурстарын жасау, тарату және пайдаланумен сипатталады. Кәсіпорынның қаржылық жағдайы кәсіпорынның қалыпты өндірістік, коммерциялық және басқа да қызмет түрлері үшін қажетті қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуімен және оларды мақсатқа сай тиімді тарату және пайдаланумен, сондай-ақ басқа шаруашылық субъектілерімен қаржылық қарым қатынаста болу, төлеу қабілеттілігі және қаржылық тұрақтылықпен сипатталады. Кәсіпорынның уақтылы төлеу мүмкіндігі оның қаржылық жағдайының жақсылығын көрсетеді[3].

Осы жоғарыдағы аталған ұғымдарды топтастыра келе кооперацияның қаржы жағдайына келесідей анықтама беруге болады: Кәсіпорынның қаржы жағдайы осы кәсіпорынның белгілі бір кезеңдегі қаржылық тұрақтылығын және оның өз шаруашылық қызметін үздіксіз жүргізуі мен өзінің қаржы міндеттемелерін уақтылы өтеу үшін қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін көрсетеді.

Ал кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы нені білдіреді? Ол өз қаражаттарын шебер пайдалану қабілеттілігі, жұмыс процесінде үздіксіздігін қамтамасыз ететін қаржының жеткілікті болуы. Қаржылық тұрақтылық өз кезегінде меншіктік және қарыз қаражаттарының тиімді байланысы болып табылады.

Бұл ұғымды А.Д.Шеремет пен Р.С.Сейфуллин өте ықшам түрде анықтайды. Олардың ойынша “Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы бұл әрдайым төлем қабілеттілігін кепілдендіретін кәсіпорынның белгілі бір шоттар жағдайы” деп атайды.

Жалпы айтқанда кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы – бұл тәуекелдіктің мүмкін болатын деңгейінде төлем қабілеттілігі мен несиеге қабілеттілігін сақтай отырып, табысты өсісу негізінде қаржыны тарату мен пайдалану арқылы кәсіпорынның дамуын көрсететін қаржы ресурстарының жағдайы болып табылады.

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылық жағдайын анықтағанда оған көптеген факторлар әсер етеді, оларды В.М.Радионова және М.А.Федотова келесідей түрлерге жіктейді:

- Пайда болу орнына байланысты – ішкі және сыртқы;
- Нәтижесінің маңыздылығына байланысты – негізгі және негізгі емес;

- Құрылысы бойынша – қарапайым және күрделі;
- әрекет ету уақыты бойынша – тұрақты және уақытша.

Мұндағы ішкі факторлар кәсіпорынның өзінің жұмысын ұйымдастыруына байланысты болады, ал сыртқы факторлар кәсіпорын еркіне бағынышты емес. Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығына әсер ететін мынадай ішкі факторларды аатп көрсетуге болады:

кәсіпорынның салалық топқа бөлінуі;

- шығарылған өнімнің немесе көрсетілген қызметтің құрылымы және оның жалпы төлем қабілеттілігі бар сұраныстағы үлесі;

- төленген жарғылық капиталдың мөлшері;

- шығындардың көлемі, олардың ақшалай табыспен салыстырғандағы динамикасы;

- кәсіпорынды басқару тиімділігі, яғни қаржы менеджментіе тиімді ұйымдастыру;

Сыртқы факторларға шаруашылық жүргізудің экономикалық жағдайының әсері, қоғамда үстемдік етуші техника мен технология, төлем қабілеті бар сұраныс және тұтынушылар табысының деңгейі; Қазақстан Республикасының салық және ақша-несие саясаты, кәсіпорынның қаржылық қызметін бақылау жөніндегі заң актілері, сыртқы экономикалық байланыс және тағы басқалар жатады.

Кәсіпорынның тұрақты қаржылық жағдайын қалыптастыруда оның өз контрагенттерімен (салық органдары, банктер, жабдықтаушылар, сатып алушылар, акционерлер) өзара қарым-қатынасы үлкен әсер етеді. Сондықтан да серіктестермен реттелген іскерлік қатынаста болу – корпорацияның жақсы қаржылық жағдайының бірден-бір шарты болып табылады.

Осылайша, қаржылық жағдай кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік және оның іскерлік қарым-қатынастағы потенциалын анықтайды, кәсіпорынның өзінің және оның серіктестерінің қаржылық және басқа да қатынастар тұрғысындағы экономикалық қызығушылықтары да бар болып келеді. Кәсіпорын бағасын талдаудың ең жақсы тәсілі, бұл – талдау; ол кәсіпорынның даму бағытын бақылауға, қаржылық саясатты іске асыруды және шаруашылық қызметіне кешенді түрде баға беруге мүмкіндік береді.

Экономикада әрбір кәсіпорын ұзақ мерзімге дейінгі уақытта қаржы ресурстарын қаншалықты дұрыс басқарды деген сұраққа жауап береді: кәсіпорын осы мерзімге дейінгі уақытта қаржы ресурстарын қаншалықты дұрыс басқарады. Қаржы ресурстары жағдайының нарық талаптарына сай болуы және де кәсіпорынның дамуына байланысты қажеттіліктерге жауап бере алуы өте маңызды болып табылады, себебі қаржылық тұрақтылықтың жетіспеушілігі кәсіпорынның төлеу қабілеттілігінің жоқтығына және оның дамуына қажетті қаражаттың болмауына әкеліп соғады[4].

Қаржылық талдауды салыстырмалы көрсеткіштер негізінде жүргізудің ше-телдік тәжірибесін механикалық түрде көшіріп алу, көп жағдайда тиімсіз, себебі бұл жағдайда біздің кәсіпорындардың өз ерекшеліктеріне назар аударылмай-ды. Нәтижесінде бір көрсеткіштердің мүмкін болатын маңызы

туралы берілген кеңестер кейбір кезде расталмайды. Дегенмен, қаржылық жағдайды талдау барысында салыстырмалы көрсеткіштерді зерттеу қажет болады, себебі ол болып жатқан жағдайларды түсінуге және де оларды тек ағымдағы мезетте ғана емес, сонымен қатар болашақта да дұрыс бағалауға мүмкіндік береді.

Салыстырмалы (кеңістіктік) талдау - бұл фирмалардың, еншілес фирмалардың, бөлімшелердің және цехтардың жекелеген көрсеткіштері бойынша есебінің құрама көрсеткіштерін шаруашылық ішіндегі талдау, сондай-ақ берілген фирманың көрсеткіштерін орташа салалық және орташа жалпы экономикалық мәліметтері бар бәсекелес фирмалардың көрсеткіштерімен салыстырғандағы шаруашылық аралық талдау болып тыбалады.

Жоғарыда керсетілген әдістермен қатар, қаржылық жағдайды талдауда экономикалық (элиминирлеу, баланстық үйлесу және тағы басқа), сондай-ақ экономикалық және математикалық статистиканың (топтау, орташа және салыстырмалы шама, графиктік және индекстік әдістер, корреляция, регрессия және тағы басқа) дәстүрлі тәсілдері қолданылады. Белгілі бір экономикалық ғылым шегінде жасалған түрлі әдістер мен тәсілдерді іскерлікпен пайдалану кәсіпорынның қаржылық жағдайына терең талдау жасауға және шаруашылық субъектісінің қаржылық тұрақтылығын нығайтуға, жағдайын жақсартуға байланысты ұсыныстарды дайындауға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Дүйсенбаев «Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау».- Алматы, Экономика 2021.
2. 3. Терентьева А.С. США - Канада. Экономика, политика, культура. - М, № 8, Август 2018 г.

ӘОЖ 336.648

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕБІН ТАЛДАУ

Арапбаева Ж.Ш., магистр, аға оқытушы
Шарасулова Н.М., 2 курс, қаржы мамандығы
Шымкент университеті, Шымкент қ. Қазақстан.

Резюме: В статье рассматриваются в рыночной экономике финансовая отчетность становится основным источником информации, основанной на управленческих решениях.

Summary: The article considers financial reporting in a market economy, which is based on the source of information, based on management decisions.

Қаржылық есептілік көрсеткіштерінің жүйесі, көрсететін мүліктік және қаржылық жағдайы ұйымның есепті күнгі, сондай-ақ қаржылық оның қызметінің нәтижелері есепті кезең.

Қолданушы қаржылық есеп — заңды немесе жеке тұлға, мүдделі ақпарат.

Баланс активі — құралдары жұмыс істеуі тиіс және пайда әкеледі. Баланстың пассиві — көздері білім беру және орналастыру. Айналымнан тыс активтер — құралдар мақсатында сатып алынған ұзақ мерзімді пайдалану процесінде шаруашылық қызметін ұйымдастыру.

Айналым активтер — құралдар, есепті кезең ішінде пайдаланылуы тиіс, іске асырылуы мақсатында өтініш, олардың қолма-қол ақша.

Табыс экономикалық пайданың ұлғаюы нәтижесінде келіп түскен активтер (ақша қаражатын, өзге де мүлікті) және (немесе) өтеу міндеттемелерін арттыруға әкелетін капитал осы ұйымды қоспағанда, салымдар (жылжымайтын мүліктің меншік иелері).

Шығыстар экономикалық пайданың азаюы салдарынан шығып қалған активтер (ақша қаражатын, өзге де мүлікті) және (немесе) пайда әкеп соғатын міндеттемелерді азайту капитал осы ұйымды қоспағанда азайту салымдары бойынша қатысушылардың шешімі (жылжымайтын мүліктің меншік иелері).

Нарықтық экономика жағдайында қаржылық есеп айналу басты ақпарат көзі негізделген басқарушылық шешімдерді қабылдауға. Маңызды талабы қабылдау басқарушылық шешімдер болуы болып табылады фактілер қатысты қаржылық жағдайды ұйымдастыру және оның қызметінің нәтижелерін. Мұндай фактілер түрінде ұсынылады деректер бухгалтерлік есеп, жиналады, топтастырылады, подытоживаются көрініс тауып келеді есептілік. Жалпы алғанда, түріндегі қаржылық есептілік — бұл соңғы өнім бухгалтерлік есеп ұйымдастыру[14].

Қаржылық есеп басқару жүйесінде қызығушылық пайдаланушылардың әртүрлі топтары үшін, ішкі және сыртқы.

Ішкі тікелей бизнеспен айналысып, осы ұйым бұл кәсіпорын басшылығы мен әр түрлі лауазымды тұлғалар, менеджерлер, экономистер және т. б.), жауапты істерді жүргізу және қызметінің нәтижелері үшін. Ұйым жұмысының нәтижелері тәуелді дұрыс және уақтылы басқару шешімдерін қабылдау, ал осы шешімдер белгілі бір дәрежеде негізделеді есептік ақпарат және оны талдау.

Сыртқы пайдаланушылар біріктіреді екі топ:

- тікелей (тікелей) мүдделі субъектілер қызметін ұйымдастыру;
- субъектілері бар жанама қызығушылық.

Бірінші топты құрайды, меншік иелері (акционерлер), осы ұйымның кредиторлар, инвесторлар, мемлекеттік салық мекемесінің қызметкерлері (қызметкерлер), басқа да ұйымдар болып табылатын, осы немесе әлеуетті серіктестер.

Акционерлер үйренуде туралы ақпаратты пайдалылық, жаңа өзгерістер туралы, ұйымның меншікті капиталы.

Кредиторлар пайдаланады есеп төлем қабілетін бағалау үшін ұйымдастыру, оның сенімділігін ретінде клиенттің және шарттарын анықтау, несие беру.

Инвесторлар қарайды есеп тұрғысынан тиімділігі мен сенімділігін өз қаражаттарын салу көзделеді.

Салық мекемесінің бақылауды жүзеге асырады туралы деректермен есептелген, төленген төлемдер.

Серіктестер бизнес бойынша, сондай-ақ қазірдің өзінде бар іскерлік қарым-қатынас осы ұйым компанияның бағалап, оның қаржылық жағдайын зерделейді, есептілік болжау мақсатында бағалар серпінін жаңа мүмкіндіктерін іздеу.

Екінші топ қамтиды адамдар бар жанама қаржы қызығушылығы бар, бірақ мүдделерін қорғайтын. Бұл әр түрлі аудиторлық және консультациялық фирмалар, қор биржалары, мемлекеттік органдар, ақпараттық агенттік, баспасөз өкілдері, кәсіподақтар және басқалары.

Аудиторлық фирмалар туралы қорытынды береді дұрыстығы ұйымының есептілік.

Мемлекеттік органдар зерделейді және қаржылық есеп бақылау мақсатында баға серпініне және акцияларының қозғалысына жүзеге асыру, экономикалық жоспарлау, әдістерін жетілдіру, есепке алуды және есептілікті қалыптастыру.

Ақпараттық агенттіктер мен баспасөз өкілдері извлекают ақпаратты деректер есептілікті дайындау үшін шолу, бағалау үрдістерін дамыту жекелеген ұйымдар, салалар, салыстырмалы талдау қызметінің нәтижелерін әр түрлі компаниялар мен есептеу жалпылама көрсеткіштердің қаржы-шаруашылық қызметі.

Тұрғысынан қамтамасыз ету басқару қызметінің қаржылық есептілік қанағаттандыруы тиіс мынадай негізгі талаптарға жауап беретін мүдделеріне пайдаланушылар және, ең алдымен, инвесторлар және кредиторлар:

деректерді қамтуы тиіс басқару шешімдерін қабылдау үшін, инвестициялық саясат саласында;

қамтамасыз етуге бағалауды, қолда бар ұйымның ресурстарын ескере отырып, ондағы болып жатқан өзгерістерді және оларды тиімді пайдалану;

қамтамасыз етуге баға динамикасы рентабельділік; деректерді қамтуы тиіс үшін перспективалы бағалау ережелері ұйымдастыру.

Қойылатын талаптар, қаржылық есептіліктің Ережеге сәйкес бухгалтерлік есеп “Бухгалтерлік есеп ұйымдастыру” (ЖБҚ 4/99) келесі есеп беруге қойылатын талаптар: сенімділік, бейтараптық, елеулілік, тұтастық, тізбектілік, салыстырымдылық, сақтау, есепті кезеңнің ресімдеудің дұрыстығы.

Талап дұрыстығын білдіреді бухгалтерлік есеп беруге тиіс дұрыс және толық ұсыну туралы мүлктік және ұйымның қаржылық жағдайы және оның қызметінің қаржылық нәтижелері. Сенімді және толық болып саналады есеп құрылған және құрастырылған ережелерге сәйкес белгіленген ұлттық стандарттарына сәйкес бухгалтерлік есеп.

Талап бейтараптық болдырмайды біржақты қанағаттандыру мүдделерін бір топтағы пайдаланушылар, басқа да заңды тұлғалар, сондай-ақ әсері арқылы іріктеу немесе ұсыну нысандарын шешімдері мен бағалау пайдаланушылардың қол жеткізу мақсатында алдын-ала анықталған нәтижелерін немесе салдарын.

Талап ету қажеттілігін анықтайды ұйымдастыру құқығына енгізуге есеп қосымша көрсеткіштер мен түсініктемелер көзделмеген үлгілік нысандары бухгалтерлік есеп қалыптастыру үшін толық табыс туралы мүлдік және ұйымның қаржылық жағдайы.

Талап тұтастығын білдіреді енгізу қажеттігі есептілік деректерінің барлық шаруашылық операциялары жүзеге асырылған ұйым ретінде тұтастай алғанда, оның филиалдары, өкілдіктері және өзге де бөлімшелері.

Талап дәйектілігі бекітеді тәжірибеде қалыптастыру бухгалтерлік есеп сақтау қажеттілігі тұрақтылығын мазмұны мен нысандары бухгалтерлік баланс, кірістер және шығындар туралы есептің және түсіндірмелердің олар бір есепті жылы басқа.

Талаптарына сәйкес салыстыру бухгалтерлік есеп деректері болуы қажет жүзеге асыруға мүмкіндік беретін, оларды салыстыру ұқсас деректермен алдыңғы есепті кезең.

Сақтау талабы есепті кезеңнің білдіреді ретінде есепті жылы Ресейде қабылданды кезеңі 1 қаңтардан бастап 31 желтоқсанды қоса алғандағы, яғни есепті жыл сәйкес келеді күнтізбелік.

Талап дұрыс ресімдеу байланысты сақтай отырып, формалды принциптерін есеп: құрастыру және оны орыс тілінде, шетел валютасында Ресей Федерациясының (рубль), қол қою ұйымның басшысы және маман, жетекші бухгалтерлік есеп (бас бухгалтер және т. б.). Қаржылық есептілік құрамы ұйымның қаржылық есептілігі білдіреді көрсететін көрсеткіштер жүйесі мүлдік және қаржылық жағдайы ұйымның есепті күнгі, сондай-ақ қаржылық оның қызметінің нәтижелері есепті кезең. Құрамы мен нысаны қаржылық есептілік ұйымдар қаржы Министрлігі белгілейді.

Аудиторлық қорытынды растайтын, бухгалтерлік есептіліктің дұрыстығын, егер ол сәйкес, федералдық заңдармен міндетті аудитке жатады. Барлық қаржылық есеп беру элементтері бір-бірімен байланысты және көрсетеді түрлі аспектілері бір шаруашылық операциялар мен құбылыстарды. Бухгалтерлік баланс туралы ақпаратты қамтиды ұйымның қаржылық жағдайы белгілі бір күнге. Пайда мен залалдар туралы есеп туралы мәліметтерді бейнелейді қалыптастыру және пайдалану пайда. Өзгерістер туралы есеп капитал қозғалысы туралы деректер ұйымның меншікті капиталы қорлар мен резервтерді мүмкіндігін бағалауға, болып жатқан өзгерістер капиталдағы. Ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп құрамында ақша қаражатының қозғалысы туралы ақпаратты ұйымдастыру қолма-қол және қолма-қол ақшасыз нысандары. Қозғалыс бағытын ақшалай қаражат қарастырылады бөлінісінде негізгі түрлері: ағымдағы, инвестициялық және қаржылық.

Үшін үлкен маңызы дұрыс түсіну және түсіндіру, бухгалтерлік баланс, кірістер және шығындар туралы есептің бар түсіндірме жазба және ашып көрсету, жекелеген көрсеткіштер бойынша есеп беру. Осы қаржылық есептілік элементтерін мазмұнын ашу және қалыптастыру тәсілдері сол немесе өзге де көрсеткіштердің қаржылық есептерді, есеп саясатын ұйымдастыру.

Түсіндірме жазба ақпаратты қамтиды және қосымша деректер, көрініс тапқан нысандарда жылдық бухгалтерлік есеп. Бұл ақпарат, қысқаша сипаттамасын, қызметін ұйымдастыру, қызметтің негізгі көрсеткіштері және ықпал еткен факторлар шаруашылық және қаржылық нәтижелері, сондай-ақ деректер алу үшін пайдалы, толық және объективті бағалау мүлкітік және қаржылық жағдайын ұйымдастыру. Құрамдас бөлігі түсіндірме жазба болуы тиіс аналитикалық ақпарат (көрсеткіштер ұйымның қаржылық жағдайын).

Ұйым ұсына алады қосымша ақпаратты, ілеспе бухгалтерлік есеп, пайдалы пайдаланушылар үшін есеп. Мұндай ақпарат түрінде ұсынылуы мүмкін аналитикалық кестелерді, графиктерді және диаграммаларды қамтуы тиіс динамикасы туралы мәліметтер, маңызды экономикалық және қаржылық көрсеткіштері ұйым қызметінің бірнеше даму жоспарлары ұйымдастыру туралы деректер; көзделіп отырған күрделі және ұзақ мерзімді қаржылық салымдар; сипаттай саясатын ұйымдастыру қатысты қарыз қаражатын, тәуекелдерді басқару, ұйымның қызметі саласындағы ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды табиғатты қорғау іс-шаралары және т. Б [1]

Айналым активтері қамтиды қорлар, дебиторлық берешек, қаржылық салымдар, ақшалай қаражаттар.

Қорлар қамтиды шикізат, материалдар және басқа да ұқсас құндылықтар, шығындар аяқталмаған өндіріс, дайын өнім және тауарлар.

Дебиторлық берешек есеп беру жатады бөлуге байланысты мерзімі оның өтеу дебиторлық берешек, төлемдер бойынша күтілуде 12 айдан кейін есепті күннен кейін (ұзақ мерзімді), дебиторлық берешек, төлемдер бойынша күн бойы 12 ай есепті күннен кейін (қысқа мерзімді).

Қысқа мерзімді қаржылық салымдар болып табылады өтімді бөлігі айналым активтерінің табылады уақытша бос ақшалай қаражаттарды орналастыру ұйымның табыс алу мақсатында сатып алынған меншікті акцияларды акционерлерден, бағалы қағаздарға инвестициялар басқа да ұйымдардың, мемлекеттік бағалы қағаздар және т. б, басқа ұйымдарға заемдар беру. Есептіліктің бұл түрі қаржылық салымдар бойынша көрсетіледі нақты шығындар сатып алу[2].

Бөлім “Капитал мен резервтер” көрсетеді ұйымның меншікті капиталы. Құрамында ұйымның меншікті капиталының ескеріледі жарғылық, қосымша және резервтік капитал, бөлінбеген пайда. Ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді міндеттемелер болып табылады қарыз капиталы. Ұзақ мерзімді міндеттемелер — міндеттемелер, өтеуге жататын кезең 12 айдан астам және қамтиды ұзақ мерзімді несиелер банктер мен басқа да қарыздар. Қысқа мерзімді міндеттемелерді өтеуге жатады ішінде 12 ай пайдалану жолымен осы мақсатта айналым активтердің немесе қайта қаржыландыру жолымен қабылданған басқа да қысқа мерзімді (ағымдағы) міндеттемелер.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Дүйсенбаев «Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау».- Алматы, Экономика 2019.
2. Дюсенбаев К.Ш. «Анализ финансового положения предприятия».- Алматы 2020 г

УДК 005.32(075.8)

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Арещенко В.Д., Карпей Т.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Костенко А.К.

Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины, г. Гомель,
Республика Беларусь

Түйіндеме: Өзінің ықтималдық сипатына қарамастан, дағдарыс әлі де басқарылатын құбылыс болып табылады, яғни оны болжауға, белгілі бір дәрежеде жеделдетуге немесе алыстатуға болады. Дағдарыс жағдайына дайындалу керек, оны азайтуға, жағымсыз салдарды азайтуға болады. Набоко тіпті дағдарыс кезінде корпоративті басқарудың мәні осы аспектілерде көрінеді деп санайды, бірақ менің ойымша, бұл көзқарас өте күмәнді.

Summary: Despite its probabilistic nature, the crisis is still a manageable phenomenon, which means that it can be foreseen, accelerated or delayed to some extent. It is necessary to prepare for a crisis situation, it can be mitigated, and negative consequences can be minimized. Naboko even believes that these aspects express the essence of corporate governance during the crisis, however, in my opinion, this point of view is very doubtful.

Кризис – это крайнее обострение каких-либо отношений в организации или за ее пределами, это последствие вовремя не выявленных проблем. По моему мнению, одним из последствий большинства кризисов является изменение финансовых показателей предприятия, например, снижение реализации, увеличение затрат и пр. Однако зачастую данные последствия появляются только после того, как кризис уже наступил, именно поэтому необходимо заранее его распознать и определить его природу. Свойства кризиса позволяют оценить кризисную ситуацию и принять решения по разработке адекватного управленческого воздействия. Параметры кризиса должны описывать его как систему, причем в качестве основных характеристик кризиса большинством ученых чаще всего используются следующие критерии:

Проблематика;

1. Причины;
2. Масштаб;
3. Стадия проявления;
4. Острота;
5. Возможные последствия;
6. Область развития.

После определения причины кризиса предприятию следует выбрать доступный метод антикризисного управления. Несомненно, что для каждой компании он индивидуален и должен учитывать ее особенности, сильные,

слабые стороны, условия внешней среды и пр. Однако для каждого метода АУ можно выделить определенные общие черты. На мой взгляд, все методы антикризисного управления можно подразделить на следующие группы:

1. Направленные на сокращение затрат и оптимизацию бизнес-процессов;
2. Подразумевающие введение инноваций (для увеличения поступлений денежных средств, увеличения эффективности управления, усовершенствование продукции, дизайна и пр.);
3. Реструктуризация, реинжиниринг и реорганизация предприятия;
4. Реструктуризация кредиторской и дебиторской задолженности.

Рассмотрим далее методы, входящие в данные группы [1].

Методы, направленные на сокращение затрат и оптимизации бизнес-процессов. Надо сказать, что основное преимущество данных методов состоит в том, что они позволяют высвободить дополнительные денежные средства без осуществления дополнительных существенных денежных вложений. Не будем рассматривать здесь очевидную экономию средств за счет вывода нерентабельных видов деятельности и продажи лишних активов.

Метод бережливого производства подходит для компаний, не обладающих ресурсами для развития каких-либо новых направлений своей деятельности, обновления оборудования, внедрения дорогих технологических систем, считает Р. В. Скуба, но при этом позволяет добиться существенных результатов. Сама концепция состоит в том, что происходит изменение культуры управления фирмой. Балтачева Н. Р. подчеркивает, что бережливое производство выявляет действия, которые добавляют ценность продукции и те, которые этого не делают. Это позволяет избавиться от неявных потерь. Автор утверждает, что многим предприятиям следует использовать данную концепцию в своей деятельности.

Однако другие авторы, например, Васильев В. Л., Седов С. А., и Устюжина О. Н. подчеркивают, что данная концепция может способствовать получению преимущества только при условии, что предприятие находится в одинаковых условиях со своими конкурентами. Если продукция фирмы не подходит потребителю по своим основным характеристикам, никаких кардинальных изменений при введении подобных концепций не произойдет. Это, по мнениям Костюниной Д. С. и Озовской О. Н., случилось с АвтоВАЗом. Несмотря на популярность концепции среди других известных компаний машиностроения, ему она не принесла желаемых результатов [2].

Надо отметить, что для внедрения инструментов данного метода необходим сильный состав менеджеров, обучаемые и готовые к изменениям работники, а также четкое следование поставленным целям. Похожими концепциями, основными аспектами которых также является изменение организационной культуры и подхода к организации производства, являются «Шесть сигм», «Теория ограничений систем» и «Всеобщее управление качеством».

Рассмотрим далее процессный подход как метод антикризисного управления. Работа всей компании разбивается на процессы, которые

ранжируются по важности, после чего ведется работа с каждым процессом отдельно, чтобы получить порядок и упростить управление. При этом вся компания не перестает рассматриваться как единое целое. Процессный подход способствует оптимизации работы в рамках единой системы управления для разрешения кризисных ситуаций и их предупреждения, как считают Гаврилова О. А. и Гнань Аньеро Эрве Виллар. Они предлагают ранжировать бизнес-процессы по важности в зависимости от их места в цепи создания ценности, а далее делать выбор приоритета с учетом вклада бизнес-процесса в достижение установленной цели. Также авторы предлагают введения процесса «антикризисного управления» в структуру процессов предприятия [3].

Земсков А. Е. также пишет о важности оптимизации бизнес-процессов для снижения издержек, повышение качества продукции, увеличения скорости производства, высвобождения рабочего времени и т. д. Однако он выделяет несколько иной подход к ранжированию процессов по важности:

1. Стратегическая важность процесса для предприятия;
2. Его финансовая значимость;
3. Значимость процесса в рамках системы управления предприятием;
4. Периодичность выполнения процесса;
5. Ожидания внешних и внутренних потребителей продукции, производимой процессом.

Можно заметить, что данный метод сам по себе, несомненно, хорош, т. к. он направлен на систематизацию процессов и работу с каждым из них отдельно, что может помочь в выявлении основной причины кризиса и достижении наиболее эффективных результатов. Но для определения приоритетности каждого бизнес-процесса, на мой взгляд, требуется использовать не только установленные правила, но и учитывать текущую ситуацию, финансовые возможности конкретного предприятия и прочие индивидуальные факторы.

Метод введения инноваций подразумевает, по моему мнению, как введение радикальных инноваций для создания принципиально новых технологий и продуктов, так и улучшающих, и даже псевдоинноваций для стабилизации положения компании.

Многие авторы пишут о важности инноваций в процессе функционирования фирмы. Так, Э. М. Коротков пишет о неотъемлемости инноваций как процесса развития компании. Он приводит в пример работу Э. Деминга «Выход из кризиса», в которой автор описал 14 принципов для развития компании. Данные принципы призывают организацию к развитию и непрерывному введению новшеств для преодоления кризиса и предотвращения их появления [4].

Список литературы:

1. Адаменко, М. А., Хаджиев М. Р. Реструктуризации как метод антикризисного управления / М. А. Адаменко, М. Р. Хаджтев // Труды грозненского государственного нефтяного технического университета им. Академика М. Д. Миллионщикова. - 2017. №3. – С. 254-258

2. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпораций / Ицхак Калдерон Адизес ; пер. с англ. В. Кузина. — М.: Манн, Иванов и Фербер. - 2016. — 36 с.
3. Бабаева, З. Ш. Как вывести предприятие из финансового кризиса / З. Ш. Бабаева // Актуальные проблемы современной науки. - 2015. №6(56). – С. 29
4. Балашов, А.П. Антикризисное управление: Учеб. пособие /Балашов А. П. - Новосибирск: ГУП РПО СО РАСХН. - 2014. - 176 С.

УДК 419

ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ И ФИНАНСОВАЯ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Асыкбаева У.Ж., Абдукадиров Д.А, Зулпыхар К.К.
Научный руководитель – магистр, старший преподаватель Бокушева С.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада қаржылық инновациялар мен қаржылық жаһандандудың мысалдары қарастырылады.

Summary: The article discusses examples of financial innovation and financial globalization.

Финансовые инновации способствуют улучшению способности учреждений, поддерживать себя и оказывать помощь малообеспеченным слоям населения. В следствии развитие финансовых рынков и ИТ-сектора тесно взаимосвязаны. В частности, они имеют положительную корреляцию.

В современной истории финансового сектора можно особо отметить две различные эпохи. Первая эпоха, с 1940-х по 1970-е годы, характеризуется сильным контролем, интервенционизмом и стабильностью. Вторая фаза, начавшаяся в 1970-х годах и продолжавшаяся до начала кризиса субстандартного ипотечного кредитования в 2007 году, была периодом дерегуляции и гиперволатильности.

Как показали кризисы в США и Японии, корни повышенной нестабильности во втором периоде лежат в этой либерализации в сочетании с совершенно недостаточной структурой регулирования. Кроме того, многочисленные инновации в способах оплаты, таких как кредитные и дебетовые карты, машины для обработки транзакций: банкоматы, телефонный и онлайн-банкинг, автоматический кредитный скоринг и управление рисками Стратегии были введены во втором периоде – деривативы и секьюритизация.

Ниже рассматриваются различные типы финансовых инноваций:

Инновации в процессах: инновационные финансовые бизнес-процессы обеспечивают клиентов более качественными услугами и увеличивают эффективность бизнес-операции. Эти инновации содержат, среди прочего, современные процедуры компании, которые приводят к росту производительности и открывают новые рынки. Наиболее распространенный пример - онлайн-банкинг.

Финансово-институциональные инновации. Формирование финансовой системы, которая является причиной экономического роста, зависит от

инноваций. Парадигмы способствуют рождению новой организации, предоставляющей инновационные методы или услуги. Однако создание нормативной базы, которая будет способствовать инновациям, глобализации и росту финансового сектора, сохраняя при этом справедливый баланс между частными и социальными стимулами, является сложной задачей.

Инновации в продуктах: он представляет инновационные финансовые продукты или инструменты, такие как погодные деривативы и счета семейного благосостояния. Инновационные продукты выпускаются для лучшей адаптации к меняющемуся потребительскому спросу или для повышения эффективности.

Существуют различные причины финансовых инноваций, такие как:

1. Технологические достижения и инновации платежных систем.
2. Соревнование
3. Финансовая глобализация

Сбои рынка, финансовая нестабильность, эффект домино, потенциально высокие системные риски и т.д. вызывают потребность в инновационных инициативах.

Многие традиционные банки переосмысливают свои бизнес-модели, включив в них разнообразные цифровые каналы, цифровые финансовые услуги и возможности цифровых коммуникаций. Основная цель - обеспечить лучшее обслуживание клиентов и конкурировать с революционными компаниями, поддерживаемыми венчурным капиталом. Однако добиться этого сложно, поскольку большинство традиционных банков следуют традиционной модели и имеют недостаток в виде инфраструктуры, не подходящей для современного мира.

Давайте посмотрим на примеры финансовых инноваций, чтобы лучше понять концепцию:

Пример №1

Самым большим примером финансовых инноваций в мире является PayPal. Помимо привлечения новых партнеров, PayPal также стремится сократить старение финансовой инфраструктуры из-за своей значительной доли на рынке, что делает его популярным вариантом для предприятий, стремящихся расширить свои возможности онлайн-платежей и бесконтактных платежей. Однако на протяжении всего периода борьбы с COVID-19 PayPal показала, что это быстро растущая финансово-техническая компания, предлагает несколько вариантов, таких как финансирование «купи сейчас, плати позже» (BNPL) и распределение денег по принципу PPP, что делает компанию серьезным конкурентом традиционным банкам.



Пример №2

М-Pesa трансформировалась в крупнейшую платежную систему в Африке. Благодаря этой платформе жители Кении, имеющие и не имеющие банковского счета, проживающие в сельских регионах, могут зачислять, перечислять и получать деньги, а также пользоваться своими мобильными телефонами для совершения покупок. Кроме того, пользователи могут держать свои деньги на счете, доступ к которому можно получить через текстовое сообщение с PIN-кодом, используя эту внеофисную банковскую услугу.

Достоинства и недостатки финансовых инноваций заключаются в следующем.

Достоинства:

Финансовые агенты получают выгоду от эффекта масштаба, объединяя сопутствующие финансовые услуги, которые могут предоставляться клиентам, предпочитающим удобно предлагаемый набор продуктов.



Интернет и мобильные технологии намного увеличили возможности информирования и удаленного взаимодействия между предприятиями и напрямую с клиентами. Кроме того, технологии расширили доступ и

эффективность каналов прямой доставки, предлагая более дешевые, упрощенные финансовые услуги и улучшая финансовую доступность.

Цифровые инновации уменьшают транзакционные издержки и позволяют привлекать различные инновационные финансовые услуги и бизнес-модели. Внедрение новых технологических достижений взаимовлияет как на постоянных, так и на новых поставщиков. Инновационные технологии могут помочь уменьшить затраты на сбор, хранение, обработку и обмен информацией.

Недостатки

Финтех-компании де-факто контролируют конфиденциальную информацию. Пользователям необходимо предоставить больше автономии и контроля над своими данными.

Финтех и крупные технологические компании встречаются с проблемами кибербезопасности. Более того, атаки распространяются по мере расширения межсетевых связей и деагрегации услуг, добавляющих больше ссылок.

Инфраструктура с фиксированной стоимостью технологии не сокращается такими же темпами, как технология устаревает. Кроме того, существует нормативная база, которая препятствует выходу на рынок новых участников.

Это создание инновационных финансовых продуктов, услуг, институтов, рынков и процедур. Потенциал преобразований в финансовом секторе огромен благодаря принятию и интеграции новых технологий.

Что такое закон об ответственных финансовых инновациях?

В Соединенных Штатах сенаторы Синтия Ламмис (республиканец от штата Вайоминг) и Кирстен Гиллибранд (демократ от штата Нью-Йорк) в июне 2022 года представили закон о «налоговом и нормативном управлении цифровыми активами». Закон об ответственных финансовых инновациях призван обеспечить комплексную нормативную базу для цифровых активов, дружественную к криптовалютам.

Что такое финансовые инновации в банковском секторе?

Правильные инновации и благоприятные обстоятельства могут побудить банки инвестировать в новые технологии, которые помогут финансовой системе выполнять свои функции и, как следствие, произойдет прогресс. Однако слишком большое количество инноваций или инновации, которые не используются должным образом, могут иметь серьезные последствия для экономики в целом.

Список использованной литературы:

1. Changing Money: Financial Innovation in Developed Countries. N.Y., 2017.
2. Синки Дж. мл. Управление финансами в коммерческих банках. М.: Catallaxy, 2020.
3. Биржа. История и современная организация фондовой биржи на Западе и в России.
4. Биржевые сделки. Биржи и война. Киев, 2016.
5. Маркс К. Новая финансовая махинация, или Гладстон и пенсы // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 9.

6. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях. Вальденберг Э. Г. Издательство: Омега-Л, 2023 г.

7. Лосев А. Ф. Миф — Число — Сущность. М.: Мысль, 1994.

ӘӨК 338.439.4

КОМПАНИЯ БРЕНДІН БАСҚАРУ МОДЕЛІ

Магистрант Аубакирова А. М., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Нуридинова А.Ғ.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Каждый бренд проходит определенный жизненный цикл, который включает в себя период от его дизайна до завершения использования. Продолжительность жизни бренда также зависит от того, сколько пользы он принесет своему владельцу. Однако предпочтения потребителей претерпевают изменения, в результате чего востребованный и желанный бренд когда-то становится обычным брендом.

Summary: Each brand goes through a certain life cycle, which includes the period from its design to the end of use. The life span of a brand also depends on how much benefit it will bring to its owner. However, consumer preferences are undergoing changes, as a result of which a sought-after and coveted brand once becomes an ordinary brand.

Бренд анықтамаларына шолу бренд пен оған жақын басқа ұғымдар — "тауар белгісі" мен "сауда маркасы" арасындағы байланысты қарастырмай-ақ толық болмайды. Айта кетейік, қазақстандық заңнамада осы терминдердің бірі — "тауар белгісі" ғана бекітілген.

Тауар белгісі – "Тауар белгілері, қызмет көрсету белгілері және тауарлар шығарылған жерлердің атаулары туралы" ҚР Заңына сәйкес тіркелген немесе Қазақстан Республикасы қатысатын халықаралық шарттардың күшімен тіркеусіз қорғалатын, бір заңды немесе жеке тұлғалардың тауарларын (қызметтерін) басқа заңды немесе жеке тұлғалардың біртекті тауарларынан (қызметтерінен) ажырату үшін қызмет ететін белгі, жеке тұлғалар.

Тауар таңбасын немесе тауар шығарылған жердің атауын пайдалану-тауар таңбасын немесе тауар шығарылған жердің атауын тауарларда және оларға қатысты қорғалатын қызметтерді көрсету кезінде олардың қаптамаларында орналастыру, тауар таңбасын немесе тауар шығарылған жердің атауын көрсете отырып, тауарды дайындау, қолдану, әкелу, сақтау, сатуға ұсыну, сату, тауар таңбасын немесе тауар шығарылған жердің атауын көрсете отырып, Тауар таңбасын және өзге де іскерлік құжаттамалар, сондай-ақ оларды айналымға өзге де енгізу [1].

ҚР заңнамасына сәйкес тауар белгісі ретінде айрықша қабілеті бар (тауарды немесе қызметті даралауға қабілетті) кез келген белгілер, сондай-ақ олардың комбинациясы тіркелуі мүмкін. Тауар белгісі болуы мүмкін:

- ауызша (сөздер, сөз тіркестері, ұрандар және т. б.)
- әріптік (әріптер тіркесімі)
- бейнелеу (тірі заттардың, заттардың, заттардың, фигуралардың және т. б. бейнелері)
- сандық (сандардың түпнұсқа тіркесімі)

– көлемді - (пішіні түпнұсқа және тек тауар функциясымен байланысты емес үш өлшемді объектілер)

– басқа белгілер (дыбыстық белгілер)

– біріктірілген (жоғарыда көрсетілген белгілердің тіркесімдері) [2].

Сауда маркасы жалпы түрде "кейбір заңды және жеке тұлғалардың тауарлары мен қызметтерін басқалардың тауарлары мен қызметтерінен ажырата алатын белгі" деп түсініледі. Өз кезегінде, белгілеу әр түрлі атрибуттарды (ұран, символ, аудио трек және т.б.) қамтуы мүмкін, олардың тек бір бөлігі құқықтық қорғауға жатады.

Демек, сауда белгісі ұғымы тауар белгісі ұғымына қарағанда кеңірек. Брендтің ұсынылған анықтамасы негізінен сәйкестендіру жүйесі ретінде берілген бренд анықтамаларына ұқсас. Дегенмен, бренд өнімді анықтап қана қоймайды, сонымен қатар компания, тұтынушы және басқа да мүдделі тараптар үшін қосымша құндылықтар жасайды. Сонымен, бренд-бұл құндылықтарды тудыратын сауда маркасы.

Дегенмен, осыған байланысты, бұл қосымша мәндер қашан пайда болады деген сұрақ туындайды; тауар белгісі брендке айналғанда. Бірқатар зерттеулер бұл сұраққа белгілі бір сандық критерийлерді қою арқылы жауап беруге тырысты [3]. Сонымен, олардың пікірінше, өнімді қай кезде бренд деп санауға болады, егер:

1) ол мақсатты аудиториядан әлеуетті сатып алушылардың 75% - физикалық қол жетімді;

2) мақсатты аудиторияның 75% бренд атауы бойынша оның қай салаға жататынын дәл сипаттай алады;

3) мақсатты аудиториядан сатып алушылардың кем дегенде 20% - ы оны үнемі пайдаланады;

4) мақсатты аудиториядан сатып алушылардың кем дегенде 20% - ы брендтің негізгі сипаттамаларын дұрыс атай алады;

5) нарықта кемінде 5 жыл болады;

б) сатып алушылар ол үшін санаттағы ұқсас тауарлар үшін орташадан асатын бағаны төлеуге дайын

Дегенмен, бұл критерийлердің негізделгені белгісіз. Әр түрлі салалар, сыртқы жағдайлар және басқа нарықтық факторлар үшін бұл сандық критерийлер әр түрлі болуы керек, нәтижесінде нақты сандық мәндерді ұсыну дұрыс емес деп болжауға болады.

Жалпы, "бренд" және "сауда маркасы" ұғымдары арасында қатаң бөлінуі мүмкін емес. Осыған байланысты бұл терминдерді бір-бірінің орнына қолдануға рұқсат етіледі. "Бренд", "сауда маркасы", "тауар белгісі" ұғымдарының арақатынасы мәселесі жаңа ұғымның — "коммерциялық символ" пайда болуына әкелді.

Коммерциялық символ - "фирма ұсынатын қажеттіліктерді қанағаттандыру әдістерін жылдам және қолайлы қабылдауға ықпал ететін бәсекелестерден өз бизнесіңізді, тауарларыңыз бен қызметтеріңізді бөлектеу тәсілі" [4]. Мақала авторлары тұтынушыға қажеттілікті қанағаттандырудың ең

жақсы нұсқасын бірден табуға мүмкіндік беретін белгілі бір шифр (маяк түрі) қажет деп санайды. Әрі қарай, осы шифрға қойылатын талаптар: өзіндік және бірегейлік; қарапайымдылық (есте сақтаудың қарапайымдылығы үшін); шифр семантикалық және бейнелі әсерге ие болуы керек (мүмкіндігінше көп құралдардың қатысуы жақсы: түс, дыбыс, пішін).

Бренд ұғымын толық анықтау үшін брендтерді бірқатар белгілер бойынша жіктеу орынды болып көрінеді, [1,2] дереккөздер бойынша кесте құрастырылған (1-кесте).

1 кесте - Бренд классификациясы

Жіктеу белгісі	Бренд түрлері	Қысқаша сипаттама
Брендтің колдану аясы	Халықаралық	Бүкіл әлемге танымал Бренд
	Ұлттық	Бір елдің аумағында танымал Бренд
	Жергілікті	Бір аймақта, қалада және т. б. танымал Бренд.
Брендке тиесілі	Өндіруші бренді	Тауар өндірушіге тиесілі және құрылған Бренд
	Жеке	Делдал, дилер немесе дүкен бренді
	Бірлескен Кобренд	Бірнеше компаниялар қолданатын Бренд
	Лицензиялық	Меншік иесінің тауар белгісін пайдалану құқығын басқа компанияның ақыға беруі
Иелері саны	Жеке	Иелері-жеке заңды және жеке тұлғалар
	Ұжымдық	Иелері-қауымдастықтар, кәсіподақтар, кәсіпорындардың басқа бірлестіктері
Қауымдастық деңгейі	Корпоративтік	Компанияның бренді
	Ассортимент	Өнім желісінің бренді
	Тауарлық	Жеке өнімнің бренді
	Қосалқы бренд	Өнім түрінің бренді
	Брендті компоненттер	Жеке компоненттердің, қосымша қызметтердің бренді
Нысан бойынша	Тауар бренді	Жеке өнімнің бренді
	Қызмет көрсету бренді	Жеке қызмет бренді (+дүкендер, бөлшек саудагерлер)
	Жеке бренд	Жеке тұлғаның бренді
	Ұйымның бренді	Корпорациялардың, коммерциялық емес ұйымдардың, саяси партиялардың, білім беру мекемелерінің брендтері
	Оқиға бренді	Спорт, ойын-сауық және өнер әлемінде мезгіл-мезгіл болып тұратын оқиғалар
	Географиялық бренд	Қалалар, елдер, курорттар

Осылайша, бренд-бұл, ең алдымен, белгілі бір өніммен, қызметпен, адаммен, орынмен байланысты адамдардың санасында; онымен байланысты сезімдер, эмоциялар, әсерлер, тәжірибелер жиынтығы.

Жалпы алғанда, брендтер тұтынушының өмірін жеңілдету үшін жасалған. Бренд өзінің ұранымен немесе логотипімен тұтынушыға барлық ақпаратты хабарлайды, соның негізінде ол шешім қабылдайды – өнімді сатып алу керек пе, жоқ па.

Брендтің экономикалық мәні уақыт өте келе дамыды. "Бренд" ұғымын кезеңдер бойынша дамыту процесі 2-кестеде келтірілген:

2 кесте-Бренд мәнінің эволюциясы

Бренд кезеңдері	Брендтің мәні
Брендтің стихиялық қолданылуы (1870 жылға дейін)	бір өндірушінің тауарын екіншісінің тауарынан ажырату функциялары (сапаны бақылау және оның кепілдігі), сатып алушыға тауарды таңдауға көмектесу, сатып алушылардың адалдығын қалыптастыру және тек ішінара-құндық сыйлықақы алу;
Брендті заңды пайдалану (1870 жылдан XX ғасырдың соңына дейін)	құқықтық қорғау функциясы
Брендті экономикалық пайдалану (XX ғасырдың аяғынан бастап)	жаһандану жағдайында өтеді және брендтің белгілі бір нарық сегментіндегі монополияның ерекше жағдайына айналуымен сипатталады

Әрбір бренд белгілі бір өмірлік циклден өтеді, оған оның дизайнынан бастап пайдалану аяқталғанға дейінгі кезең кіреді. Брендтің өмір сүру ұзақтығына оның иесіне қанша пайда әкелетіні де байланысты. Дегенмен, тұтынушылардың қалауы өзгерістерге ұшырайды, нәтижесінде сұранысқа ие және қалаған бренд бір кездері әдеттегі брендке айналады.

Бірқатар мамандар тұтынушыға бағдарлауды компанияның дамуының перспективалық стратегиясы ретінде бөліп көрсеткен кезде, жаңа жағдайларда брендті басқару компанияның стратегиялық басқару орталығына айналатынына баса назар аударады.

Ұйымдастырушылық тұрғыдан алғанда, бұл жоғары деңгейдегі менеджерлер бренд құрылысын кәсіпорынның стратегиялық жоспарларының бір бөлігіне айналдыруы мүмкін. Бұл жағдайда бренд белгілі бір байланыс әдісі, тұтынушымен сенімді қарым-қатынас орнату ретінде түсініледі [5]. Мұндай басқару моделінің схемасы 1 суретте көрсетілген.



1 сурет - Брендті басқару моделі тұтынушы мен компанияның іскерлік функциясының негізгі компоненттері арасындағы байланыс ретінде

Компания пайда болған сәттен бастап брендті қолдана отырып, өз өнімдерін шығарады және оны нарыққа шығарудың сәттілігі брендтің тиімділігіне байланысты:

- нарықтағы брендтің үлесі 40 % құрайды, яғни бренд инвестицияланған капиталға нарықтағы үлесі 10% болатын брендтен үш есе көп пайда алады ;
- шағын нарықта өз орнын алатын күшті бренд үлкен нарықтағы күшті брендтен жоғары табыс табады, өйткені үлкен нарықта бәсекелестік пен бөлшек саудагерлер күшті брендтің артықшылықтарын азайта алады;
- бренд жоғары сапаға ие; - компания құны мен бағасына емес, брендті саралауға көп көңіл бөледі.

Осылайша, бренд компанияға өнімді нарыққа шығару кезінде келесі міндеттерді шешуге көмектеседі:

- аталған кезде тауарды анықтаңыз (біліңіз) ;
- бәсекелестерден ерекшеленіңіз, яғни тауарды жалпы массадан бөліңіз;
- тұтынушылардың санасында сенім тудыратын тартымды бейнені жасау;
- өнімге қатысты жағымды эмоцияларды шоғырландыру;
- сатып алу туралы шешім қабылдаңыз және қабылданған шешімнен қанағаттаныңыз;
- өз өмір салтын брендпен байланыстыратын тұрақты сатып алушылар тобын құру (брендті ұстанушылар) [6].

Бренд материалдық емес активтер тізімінде бірінші орында, қызметкерлерге де, сатып алушыларға да түсінікті, компания мен мақсатты аудитория арасында байланыс орнатуға мүмкіндік беретін компанияның негізгі бөлігі болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1 Родина Е.А. Брендинг в системе управления промышленным предприятием // Известия ВолгТУ. - Вып.11 (138). - Том 19. – 2014
- 2 Голубков Е.П. Еще раз о понятии «бренд» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 2
- 3 Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2013. – 252с
- 4 Крейнер С., Дирлав Д. Бренды, которые изменили бизнес / Пер. с англ. – М., 2015.
- 5 Старов С.А. Бренд: понятие, сущность, эволюция // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-ponyatie-suschnost-evolyutsiya-1>
- 6 Василенко Е.И. Брендинг : Учебно-методический комплекс. – Ростов-наДону, 2020. – 120с.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУДІҢ ШАРТЫ РЕТІНДЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ПРОЦЕСТЕРДІ ДАМУ

Байдуалы Нұрсұлтан Жанибекұлы
Орталық Азия Инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье анализируются и оцениваются основные проблемы и факторы развития инновационных процессов в Казахстане. В современных условиях инновации служат основой национальной экономики и ключевым фактором обеспечения конкурентоспособности предприятий. Инновационный путь социально-экономического развития страны становится актуальной проблемой для Казахстана.

Summary: The article analyzes and evaluates the main problems and factors of the development of innovative processes in Kazakhstan. In modern conditions, innovations serve as the basis of the national economy and a key factor in ensuring the competitiveness of enterprises. The innovative way of socio-economic development of the country is becoming an urgent problem for Kazakhstan.

Қазіргі уақытта инновация кез-келген кәсіпорынның ұзақ мерзімді тұрақты жұмыс істеуі мен дамуының қажетті шарты болып табылады. Инновациялық процесс-бұл жаңа технологияларды коммерцияландыру немесе білімді инновацияға айналдыру процесі.

Кәсіпорында тиімді жеке кәсіпкерді ұйымдастыру үшін оның уақытша ерекшелігін нақты түсіну қажет.

Елдің инновациялық дамуы Қазақстанның стратегиялық мақсаттарының бірі болып табылады. Инновациялық даму жолы инновацияларды белсенді енгізу арқылы да, инновациялық қызметтен түскен пайда есебінен ЖІӨ-нің өсуі арқылы да экономикалық өсуге қол жеткізуді көздейді [1].

Инновациялық процестерді басқару-бұл басқарудың барлық деңгейлерінде (жоспарлау, ұйымдастыру, ынталандыру, бақылау, реттеу) үйлестірілетін және олардың барлығы бір бағытта ұмтылатын және қозғалатын, осы кезеңде инновациялар арқылы тұрақты экономикалық дамуға қол жеткізуге ұмтылатын инновациялық жүйенің барлық субъектілерінің дәйекті әрекеттерінің жиынтығы.

Инновациялық процесті макро және микро деңгейлерде ажырату керек. Бұл бөлуді білдірмейді және бұл әр түрлі нәрсе деп ойлауға негіз бермейді, бұл басқару объектілерін біртұтас инновациялық процесті бөлуге мүмкіндік береді. Инновациялық процесті басқара отырып, мемлекет кәсіпорындардың инновациялық әлеуетін, ғылыми-техникалық әлеуетін, инновациялық инфрақұрылымын үйлестіруі және анықтауы, сондай-ақ бәсекеге қабілетті және инновациялық позицияларды айқындауы, басқарудың инновациялық стратегиясы мен саясатын құруы, сол арқылы реттеу мен үйлестіру функцияларын өзіне алуы тиіс.

Бұл жағдайда негізгі компоненттер:

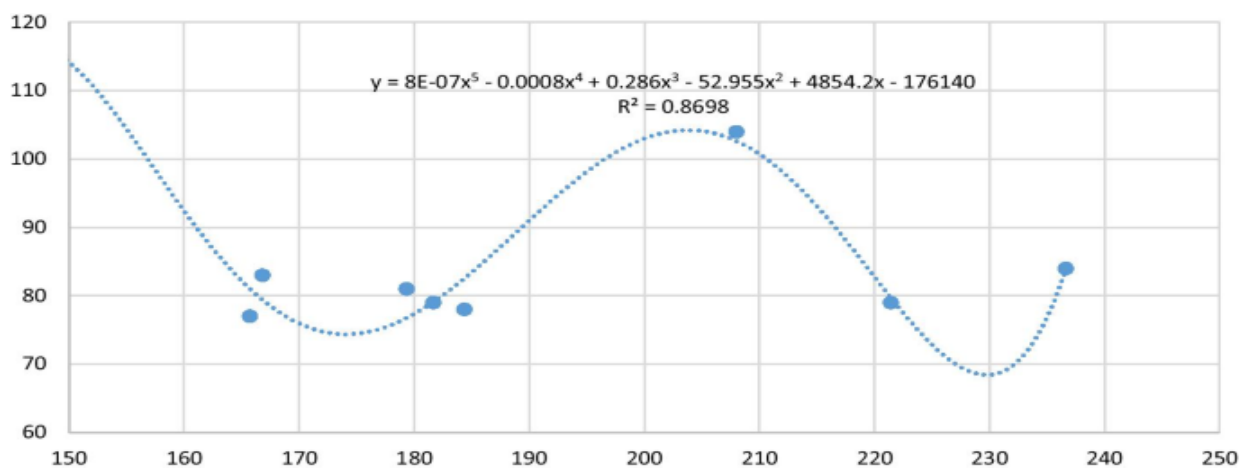
- Ұлттық инновациялық жүйе;
- Экономикалық дамудың мемлекеттік және инновациялық стратегиясы;

- Инновациялық процестерді басқарудың мемлекеттік әдістері мен тетіктері.

Бұл механизмдер 90-жылдардың соңында Батыс елдерінде бұрыннан игерілген.

Қазақстан үшін Жаһандық инновациялық индекстің мәні оның ЖІӨ-мен салыстырылды. Бұл жерде елдің жаһандық инновациялық индекстегі ұстанымы оның ЖІӨ-ге тікелей байланысты екенін атап өткен жөн (сурет 1).

Сурет 1 - Қазақстанның Жаһандық инновациялық индекстегі дәрежесі мен оның ЖІӨ мәні арасындағы тәуелділік.



Зерттелетін факторлар арасындағы құрылған регрессиялық тәуелділік инновациялық компонент ел экономикасында анықтаушы емес екенін көрсетеді.

Қазақстанда инновациялық қызметті реттеу тетігі бар екеніне қарамастан, елдегі инновациялармен байланысты шаралар мен күш-жігердің нақты жай-күйі оның экономика деңгейінде де, жекелеген салалар, өңірлер мен кәсіпорындар деңгейінде де тиімділіктен алыс екендігін айғақтайды.

Инновациялық белсенділіктің төмен көрсеткіштері зерттеулер мен әзірлемелер саласын коммерцияландырудың кемшіліктерінің, сондай-ақ экономикадағы білім мен технологиялар трансферті жүйесінің әлсіздігінің салдары болып табылады.

Технологиялық бәсекеге қабілеттіліктің төмендеуін тудыратын ең маңызды факторлар инновациялық және технологиялық дамуды қамтамасыз ететін қаржылық және институционалдық жүйелердің болмауы, білім мен технологияларды берудің дамымаған жүйесі және жаңа технологиялық әзірлемелерге (соның ішінде мемлекеттің өзінен) ішкі сұраныстың төмендігі болып табылады [2].

2022 жылы "Жаһандық инновациялық индекстің" көшбасшылары Швейцария, АҚШ және Швеция болды. Алғашқы ондыққа Ұлыбритания,

Нидерланды, Оңтүстік Корея, Сингапур, Германия, Финляндия және Дания кірді.

2023 жылғы 27 қыркүйекте 2023 жылғы Жаһандық инновациялық индекстің нәтижелері жарияланды. Қазақстан индексте өткен жылмен салыстырғанда 2 позицияға көтеріліп, 26,7 балл нәтижесімен 132 елдің ішінен 81 - ші орынды иеленді (83-орын). Ел Беларусь (80 орын) мен Өзбекстан (82 орын) арасында орналасқан.

Сонымен қатар, Қазақстан Ағымдағы рейтингте орталық және Оңтүстік Азия өңіріндегі инновациялық экономикасы бар үздік 3 елдің қатарына кіргенін атап өткен жөн. Зерттеу 2021 және 2022 жылдардағы деректерді бағалады.

Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, бүгінгі таңда елдердің ғылыми-инновациялық дамуының үш моделі бар:

1.Зерттеулер мен өндірістің барлық кезеңдерін қамтитын ғылыми зерттеулер мен ауқымды мақсатты жобалардағы көшбасшылыққа бағытталған инновация коэффициенті жоғары мемлекеттер (АҚШ, Ұлыбритания, Франция). Дәл осы жерде қоғамның инновациялық түрі қалыптасады;

2.Қолайлы ғылыми-техникалық орта құру арқылы инновацияларды кеңейтуге ұмтылатын мемлекеттер (Германия, Швеция, Швейцария);

3.Мемлекеттер әлемдік ғылыми-техникалық жетістіктерді тануды қамтамасыз ету үшін инновациялық инфрақұрылымды дамытуды ынталандыруға баса назар аударды. Мұндай елдер, әдетте, ғылым мен техниканың әртүрлі салаларының қызметін үйлестіреді (Жапония, Оңтүстік Корея) [3].

Негізінде, кең мағынада инновация әлеуметтік, экономикалық, білім беру, басқару және инновацияға негізделген басқа салалардың сәтті дамуының синонимі болып табылады.

Ғылыми және ғылыми-техникалық даму, өнертабыс тауарларда, қызметтерде, сондай-ақ әдістерде бейнеленген инновацияға айналады.

Демек, инновациялық циклдің алдында ғылыми-зерттеу, тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар тұр. Олардың нәтижелері инновацияның басталуына негіз болады.

Инновациялық даму туралы жоғарыда келтірілген пайымдауларды қорытындылай келе, Қазақстандағы инновациялық қызмет стратегиясы кез келген бәсекелестік жағдайында тұрақты сұранысқа ие тауарларды әлемдік нарыққа жеткізуге қабілетті өндірістік инфрақұрылымның қажеттілігі деп айтуға болады.

Қазақстан экономикасының құрылымы әлі күнге дейін шикізат бағытын сақтап келеді. Экспорттың негізгі өнімдері қалпына келтірілмейтін минералды ресурстар болып табылады, олар бұрын айтылғандай, әр жылдары жалпы экспорттың 75-80% құрайды.

Олардың ішінде - тауар номенклатурасының бөлімдерінде - минералды өнімдер-55% - ға дейін, бағалы емес металдар және олардан жасалған бұйымдар - 32% - ға дейін, химиялық және аралас салалардың өнімдері-6,0% - ға дейін.

Жаңа жағдайларда өзгеру жылдамдығы мен оларға бейімделу шешуші фактор болып табылады.

Бәсекелестіктің маңызды факторы-бұл шешім қабылдау мен әрекет ету жылдамдығы сияқты көлем емес.

Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, инновациялық қызметті жандандырудың маңызды аспектісі инновациялық мәдениетке барабар сезімтал ортаны қалыптастыру болып табылады.

Қазақстанда жаңа үлгідегі инновациялық жүйені қалыптастыру енді ғана басталуда.

Алайда, қазірдің өзінде елімізде мемлекеттік инновациялық саясатты қалыптастыру мен іске асырудағы негізгі проблемаларды бөліп көрсетуге болады.

Олар келесі аспектілерді қамтиды:

- Адал бәсекелестік үшін, сондай-ақ мемлекеттік қолдау алу үшін жағдайдың дамымауынан көрінетін нашар іскерлік орта;

- Инновациялар саласындағы мемлекеттік саясаттың болмауына және саланы тиімсіз реттеуге байланысты экономикада жаңа технологиялардың таралуына айтарлықтай кедергілер;

- Өңірлік және жергілікті билік органдарының инновациялар үшін жағдайды жақсарту жөніндегі күш-жігерінің жеткіліксіздігі;

- Әр түрлі инновациялық белсенді кәсіпорындардың мүдделерінің тепе-теңдігін қамтамасыз етпейтін инновациялық саясатты қалыптастыру және іске асыру кезінде бизнес пен мемлекеттің тұрақты емес өзара іс-қимылы;

- Шектеулі икемділікке, мемлекет пен бизнес арасында тәуекелдерді бөлу тетіктерінің дамымауына, инновациялық процестердің әртүрлі қатысушылары арасындағы байланыстарды ынталандыруға және ғылыми, өндірістік және технологиялық әріптестікті қалыптастыру мен дамытуға әлсіз назар аударуға байланысты инновацияларды қолдаудың мемлекеттік құралдарының тиімділігінің төмендігі.

Осыған қарамастан, тиімді ұлттық инновациялық экономикалық модельді жедел құрудың проблемалылығына және ғылым, бизнес және білім беруді интеграциялаудың күрделілігіне қарамастан, бүгінде республикада жаңа инновациялық құрылымдар қалыптасуда және алдағы онжылдықта инновациялық жүйенің барлық элементтерінің теңгерімді дамуын қамтамасыз ету үшін алғышарттар жасалуда.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Гареев Т. Ф. (2017). Эволюция моделей инновационного процесса. Вестник Московского университета, 2, 91-114.

2. Аналитический обзор. (2022). Инновационная деятельность в Республике Казахстан: состояние и проблемы развития. Аналитический обзор.

3. Клайн С. Дж., & Розенберг Н. (2015). Обзор инноваций. Стратегия положительной суммы: использование технологий для экономического роста. Издательство Национальной академии наук.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Байкенова З.Н., Халмуратова Э.У., Даулетбекова Д.Д.
Научный руководитель – старший преподаватель Кененбаева З.М.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Қазақстан Республикасында бухгалтерлік есепті нормативтік-құқықтық реттеу

Summary: Regulatory and legal regulation of accounting in the Republic of Kazakhstan

Регулирование бухгалтерского учета - это особая деятельность по введению упорядоченности и организованности в учетную систему. Основой государственного регулирования является законодательство - совокупность обязательных правовых актов, издаваемых государственными органами с соблюдением определенных процедур по установленной форме.

Ведение бухгалтерского учета и аудита в Республике Казахстан осуществляется в соответствии с различными нормативно-правовыми документами. Некоторые из них являются обязательными, другие носят рекомендательный характер. Достоверность финансовой отчетности зависит от знания законов, регулирующих ведение бухгалтерского учета, содержания нормативных актов.

Современная система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Республике Казахстан состоит из четырех уровней, на каждом из которых регулирование осуществляется наделенными соответствующими полномочиями организациями. Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Республике Казахстан представлена на рисунке 1.

Первый уровень системы составляют законодательные акты, которые принимаются Парламентом Республики Казахстан, указы Президента и постановления правительства, регламентирующие прямо или косвенно организацию бухгалтерского учета и аудита.



Рисунок 1. Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Республике Казахстан

В целях соответствия организации бухгалтерского учета Международным стандартам учета и отчетности и требованиям рыночной экономики в Республике Казахстан действует Закон от 28.02.2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2021г.) [1]. Он устанавливает единую правовую и методологическую основу для ведения бухгалтерского учета и отчетности для всех юридических и физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, зарегистрированных на территории Казахстана. Это означает, что с момента начала деятельности каждое юридическое лицо, независимо от его сферы деятельности (типа), обязано соблюдать соответствующие законы, регулирующие его деятельность в пределах государства, права и юридические обязанности перед государством и между собой.

Важной особенностью Закона «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» является то, что он создает методологическую основу для сбора, регистрации и обобщения информации, которая осуществляется посредством непрерывного и сплошного документального учета всех хозяйственных операций. Основные цели бухгалтерского учета и финансовой отчетности - предоставить субъекту, а также другим заинтересованным сторонам полную и достоверную информацию о своей хозяйственной деятельности.

Данный уровень системы также включает Гражданский кодекс Республики Казахстан, который прямо или косвенно влияет на организацию бухгалтерского учета [2].

Например, в первой части Кодекса важнейшие нормы ведения бухгалтерского учета в организациях устанавливаются законом, в том числе:

- наличие у каждого юридического лица самостоятельного баланса;
- обязательность по утверждению годовой финансовой отчетности;
- обязательные условия составления аудиторского заключения;
- порядок регистрации, реорганизации и ликвидации юридического лица;
- раскрываются понятия чистых активов, дочерних и зависимых обществ.

Второй уровень системы составляют стандарты, устанавливающие принципы, базовые правила ведения бухгалтерского учета отдельных объектов и на отдельных его участках, возможные бухгалтерские приемы без раскрытия конкретного механизма применения их к определенному виду деятельности, порядок составления и представления финансовой отчетности.

Вообще, стандарт - документ, разработанный на основе согласия заинтересованных сторон, в котором устанавливаются для всеобщего и многократного использования правила, общие принципы или характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов.

Международные стандарты финансовой отчетности - это правила, рекомендованные к применению странами, входящими в состав Комитета по международным стандартам финансовой отчетности, что позволяет в большинстве случаев сохранять национальные особенности учета при

применении международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). На развитие Международных стандартов оказывают влияние периоды принятия, сложившиеся традиции стандартизации учета, действующая практика ведения учета того или иного объекта и другие обстоятельства [3].

Международные стандарты финансовой отчетности - это система, которая постоянно обновляется как редакционно, так и периодически. В основе этих преобразований лежит унификация принципов бухгалтерского учета, используемых компаниями во всем мире для составления финансовой отчетности.

Третий уровень системы составляют методические рекомендации по ведению бухгалтерского учета, в том числе инструкции, указания и т.п. Разрабатывать их могут все, кто заинтересован в интерпретации и детализации положений нормативных правовых актов первого и второго уровней (Министерство финансов, некоторые другие министерства и ведомства, объединения организаций, а также профессиональные объединения бухгалтеров).

Общее методологическое руководство бухгалтерским учетом в Казахстане осуществляет Правительство. Органы, которым предоставлено право регулирования учетной системой (Министерство финансов Республики Казахстан, Национальный банк РК и другие ведомства и агентства), руководствуясь законодательством Республики Казахстан, разрабатывают и утверждают в пределах своей компетенции обязательные для исполнения нормативные акты и методические указания по вопросам учета, устанавливают правила и способы его ведения и составления бухгалтерской отчетности.

Четвертый уровень системы составляют так называемые рабочие документы организаций, в которых на основе общеустановленных правил и принципов они формируют свою учетную политику, свои подходы к раскрытию бухгалтерской информации в отчетах, представляемых заинтересованным пользователям.

Основными рабочими документами конкретной организации являются:

- учетная политика предприятия;
- утвержденные руководителем формы первичных учетных документов;
- графики документооборота;
- утвержденный руководителем план счетов бухгалтерского учета;
- утвержденные руководителем формы внутренней отчетности.

Учетная политика включает принципы, основы, положения, правила и практику, применяемую в производственных организациях при составлении и представлении финансовой отчетности [4].

Гармонизация национальной системы бухгалтерского учета с международными стандартами финансовой отчетности предполагает также изменения в подготовке и повышении квалификации специалистов в области бухгалтерского учета.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 года №234 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2022 г.)
2. Гражданский Кодекс Республики Казахстан от 01.06.1999 г. № 409-1 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.01.2022г.)
3. МСФО (IAS) 1. «Представление финансовой отчетности». 01.11.2016г.
- 4.Каирлиев Е.Д. Нормативно-правовое регулирование бухгалтерского учета в Республике Казахстан. Международный экономический форум. Университет «Туран-Астана», 2013г.

ӘОЖ 004:63

АӨК-ДЕ ЦИФРЛАНДЫРУДЫ ДАМЫТУДЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕСІ

Магистрант Беков Жалғас Мұхтарұлы
Орталық Азия инновациялық университеті Шымкент қ. Қазақстан

Резюме: рассмотрено развитие цифровизации агропромышленного комплекса на основе зарубежного опыта, предложены к использованию цифровые технологии для АПК Республики Казахстан. Изучение отечественной и иностранной литературы позволило уточнить определение «цифровая экономика АПК». Рассмотрен вопрос о развитии цифровизации АПК на основе национальных стратегий по цифровой экономике и электронному сельскому хозяйству зарубежных государств.

Summary: the development of digitalization of the agro-industrial complex on the basis of foreign experience is considered, digital technologies for the agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan are proposed for use. The study of domestic and foreign literature made it possible to clarify the definition of the "digital economy of the agro-industrial complex". The issue of the development of digitalization of the agro-industrial complex on the basis of national strategies for the digital economy and electronic agriculture of foreign countries is considered.

Қазіргі кезеңде аграрлық сектордың бәсекеге қабілеттілігін арттыру цифрлық шешімдерге негізделген инновацияларсыз мүмкін емес.

Цифрлық технологиялар ауыл шаруашылығының тұрақты дамуын қамтамасыз ете отырып, өнімділікті арттыруға, шығындарды онтайландыруға ықпал етеді.

Өнімділікті арттыру мақсатында ауыл шаруашылығы егін жинаудан егін егуге және өсімдіктерді өсіруге, тыңайтқыштар мен механикаландыру құралдарын пайдалануға, өндірісті автоматтандыруға жол ашты. Жаңа технологиялық кезең – цифрлық технологияларды енгізу басталды. Өнімділіктің, өнім сапасының дәстүрлі жақсаруы, өндіріс шығындары мен энергия сыйымдылығының қысқаруы үшін жаңа перспективалар ашылады: егістік алқаптары мен мал шаруашылығының жай-күйі туралы деректерді нақты уақыт режимінде егістік пен жануардың нақты учаскесіне дейін анықтау мүмкіндігімен цифрлық жинау, тыңайтқыштар схемасын есептеу, "ақылды" ауылшаруашылық техникасын енгізу, жасанды интеллект технологияларын енгізу және т. б

Яғни, "цифрландыру" әр фермерге негізгі сұрақтарға жауап береді: бір гектардан көбірек өнім мен малдың жоғары өнімділігін қалай алуға болады және оған адами және материалдық ресурстарды аз жұмсайды. Сондай-ақ тежеуші факторлар бар: инфрақұрылымның дайын .стігі, агрономдардың білім беру бағдарламаларының артта қалуы, қаржыландыру мәселелері. Алайда, цифрлық трансформациядан аулақ болу бәсекеге қабілеттіліктің жоғалуына қауіп төндіреді.

Осыған байланысты мемлекеттің ынталандырушы және реттеуші сипаттағы шаралар кешенін іске асыруы үлкен маңызға ие болады, олардың өзара байланысы АӨК-де цифрлық технологияларды енгізуді негіздейтін болады. Мұндай шараларға мыналар жатады:

1. Цифрлық инфрақұрылымды дамыту (мысалы, Интернетке қол жеткізу);
2. Білім беру жүйесін жаңғырту және біліктілікті арттырудың жана бағдарламаларын әзірлеу;
3. Инновацияларды қаржыландырудың жеңілдетілген жүйесі;
4. Мемлекеттік реттеу;
5. Ауыл шаруашылығына мемлекеттік қолдау көрсету процестерін цифрландыру

Ғылыми қоғамдастықта цифрлық экономика ұғымын алғаш рет 1995 жылы американдық ғалым Н. Негропonte белгілеген деп есептеледі. Оның астында ол ақпаратты код арқылы екілік формаға аударудың ауқымды процестерін білдірді. Содан бері бұл ұғымның анықтамасы дамыды.

Ғалымдардың пікірлерін талдау негізінде түсіндірулердің әрқайсысы экономиканың да, жалпы қоғамның да әртүрлі аспектілерін қозғайтынын атап өтуге болады.

Осыған байланысты біз "АӨК цифрландыру экономикасы" ұғымының теориялық мазмұнын нақтыладық-бұл цифрлық технологияларды пайдалану арқылы жаһандық ақпараттық кеңістікте жұмыс істейтін, цифрлық түрлерді, өндіріс нысандарын генерациялайтын және өнім мен қызметтерді тұтынушыға жылжытатын мемлекет, бизнес-қоғамдастық және азаматтар арасындағы әлеуметтік, экономикалық және технологиялық өзара іс-қимыл жүйесі. мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық процестерінің тиімділігін арттыру мақсатында басқару әдістері мен технологияларындағы инновациялық өзгерістер. Сонымен қатар, агроөнеркәсіптік кешенді цифрландыру дәрежесін анықтау үшін үш негізгі көрсеткішті қолдануға болады: цифрландыру деңгейі, цифрлық бәсекеге қабілеттілік деңгейі және цифрлық болашақ индексі.

Кесте 1. Шетелдік ғалымдардың "цифрлық экономика"терминіне көзқарастары

Авторлар	Тұжырымдаманы түсіндіру
А. А. Петров	Цифрлық экономика-бағдарламалық қамтамасыз етуді әзірлеуді, компьютерлік жабдықтар мен жиынтықтауыштарды өндіруді, кадрлар даярлауды қамтитын қызметтер мен электрондық өнеркәсіптің тиісті секторларынан тұратын Ұлттық экономика саласы
М. Роуз	Цифрлық экономика-бұл ақпараттық-коммуникациялық

	технологиялардың арқасында қол жетімді болған экономикалық қызмет түрлерінің дүниежүзілік желісі
Д. Хит, Л. Миккалеф	Цифрлық экономика-бұл адамдар, кәсіпорындар, құрылыстар, деректер және процестер арасындағы миллиардтаған күнделікті онлайн байланыстардың нәтижесі болып табылатын экономикалық қызмет. Цифрлық экономиканың негізі гипербайланыс болып табылады, бұл интернеттің, мобильді технологияның нәтижесі болып табылатын адамдардың, ұйымдардың және машиналардың өзара байланысының артуын білдіреді.
М. Кастельс	Цифрлық экономика-бұл экономика субъектілердің бәсекеге қабілеттілігі олардың өз жұмысында білімге негізделген ақпаратты құру, өңдеу және тиімді пайдалану қабілетіне байланысты
Ф. Махлуп	Цифрлық экономика-бұл жалпы ішкі өнімнің үлкен үлесі білім мен ақпаратты өндіруге, өңдеуге, сақтауға және беруге байланысты қызмет түрлерінен тұратын экономика түрі

Мемлекетшілік құрылғы экономикасының кез келген саласында цифрлық технологиялардың ілгерілеуі үшін әртүрлі ұлттық даму стратегиялары әзірленуде (кесте. 2). Олар оқиғалардың барлық ықтимал нәтижелеріне әсер етеді: сәттілік, тәуекел, мүмкіндіктер және т. б.

Кесте 2. Цифрлық экономика мен электрондық ауыл шаруашылығын дамытудың ұлттық стратегиялары

Ел	Цифрлық экономиканы дамыту саласындағы жоспарлар, стратегиялар және жобалар	Электрондық ауыл шаруашылығын дамыту саласындағы жоспарлар, стратегиялар және жобалар
Әзірбайжан	Әзірбайжан Республикасында ақпараттық қоғамды дамытудың 2014-2020 жылдарға арналған ұлттық стратегиясы; Әзірбайжан 2030: әлеуметтік-экономикалық дамудың ұлттық басымдықтары	Стратегиялық көзқарас және жол Әзірбайжанға арналған карта (ауыл шаруашылығы); Электрондық ауылшаруашылық ақпараттық жүйесінің стратегиясы
Беларусь	2021-2025 жылдарға арналған "Беларусьтің цифрлық дамуы" мемлекеттік бағдарламасы; Беларусь Республикасында ақпараттандыруды дамытудың 2016-2022 жылдарға арналған стратегиясы; Цифрлық экономика мен ақпараттық қоғамды дамытудың 2016-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы	Беларусь Республикасының 2021-2025 жылдарға арналған әлеуметтік-экономикалық даму бағдарламалары; 2021 - 2025 жылдарға арналған "Аграрлық бизнес" мемлекеттік бағдарламасы
Грузия	Keң жолақты қолжетімділік инфрақұрылымын дамытудың мемлекеттік бағдарламасы	Грузияның 2021-2027 жылдарға арналған ауыл шаруашылығы және ауылдық даму стратегиясы
Молдова	Сандық Молдова 2020;	2014-2020 жылдарға

	Ақпараттық технологиялар индустриясын және цифрлық инновациялар экожүйесін дамытудың 2018-2023 жылдарға арналған стратегиясы	арналған ауыл шаруашылығы мен ауылдық аймақтарды дамытудың ұлттық стратегиясы
Түркия	Сандық Түркия жол картасы	Ауыл шаруашылығы және орман шаруашылығы министрлігінің 2019-2023 жылдарға арналған стратегиялық жоспары
Автор құрастырған[1.2.3.4.]		

Ұлттық даму стратегиясында белгіленген мақсаттар мен міндеттер әрқашан толық көлемде іске асырыла бермейтінін атап өткен жөн. Бұған жеке себептер мен факторлар кедергі келтіреді, мысалы, ұлттық экономиканың цифрлық форматқа көшуге дайынготовствігі. Стратегияларды іске асыру көбінесе нео-нонмәнді нәтижелерге әкеледі.

Біздің цифрлық зерттеулеріміздің нәтижесінде келесі тұжырымдар жасауға болады:

1) цифрлық экономика мен электрондық Ауыл шаруашылығын теңгерімді дамыту үшін елдерге экономиканың цифрлық форматқа көшуін жеңілдететін ұлттық даму стратегияларын жасауды ұсынамыз;

2) АӨК цифрландырудың жалпы деңгейін айқындау үшін цифрландыру деңгейін айқындау әдістемесін жасау кезінде үш басты көрсеткішті: цифрландыру деңгейін, цифрлық бәсекеге қабілеттілік деңгейін және цифрлық болашақтың индексін іске қосуды ұсынамыз;

3) Қазақстан Республикасында цифрландыруды дамытудың анықталған перспективалық бағыттары отандық кәсіпорындардың бәсекеге төзімділігін арттыруға мүмкіндік береді, бұл болашақта олардың қызметінің кірістілігі мен инновациялық құрамдас бөлігін арттыруға әсер етеді.

"АӨК-ні цифрландыру экономикасы" ұғымының авторлық анықтамасы берілген-бұл басқару әдістерінің инновациялық өзгерістеріне әкелетін өнім мен қызметтердің цифрлық түрлерін, өндіріс нысандарын және тұтынушыға қарай жылжуын генерациялайтын, желілік цифрлық технологияларды пайдалану арқылы баллдық ақпараттық кеңістікте жұмыс істейтін мемлекет, бизнес қоғамдастық және азаматтар арасындағы әлеуметтік, экономикалық және технологиялық өзара іс-қимыл жүйесі және мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық процестерінің тиімділігін арттыру мақсатында технологиялар.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Status of digital agriculture in Azerbaijan– Mode of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/CIS/Documents/Events/2020/ITU-FAO%20webinar%2022%20June%202020/Azerbaijan%20-%20Namig.pdf>.

2. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февр. 2021 г., № 66 // Нацио нальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100066&p1=1>

3. Государственная программа “Цифровой Казахстан”– Режим доступа: <https://stip.oecd.org/stip/interactive-dashboards/policy-initiatives/2021%2Fdata%2FpolicyInitiatives%2F25280>.

4. Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на период 2017-2021 годов– Режим доступа: <https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC200797>.

5. Состояние цифрового сельского хозяйства в 18 странах Европы и Центральной Азии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Europe/Documents/Events/2020/>

УДК 338

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Белецкий А.Д., Ахмедов А.Р., Ходжиматов К.Ш.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко О.А.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйіндеме: Мақалада Халықты әлеуметтік қорғау, тұтыну себетін қалыптастыру, Қазақстандағы ең төменгі күнкөріс деңгейі, кедейлік шегі деңгейінің қазіргі заман шындығына және Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының талаптарына сәйкестігі мәселелері қарастырылады.

Summary: The article deals with the issues of social protection of the population, the formation of the consumer basket, the subsistence level in Kazakhstan, the correspondence of the poverty line to modern realities, and the requirements of the World Health Organization

Социальная защита населения - это система мер, которая должна обеспечить соблюдение прав человека и удовлетворение его социальных потребностей. Это одно из важнейших направлений социальной политики государства, заключающееся в установлении и поддержании общественно необходимого материального и социального положения всех членов общества[1].

Вообще необходимый минимум благ для любого человека — пища, одежда, жилище, медицинское и социальное обслуживание — должен обеспечить поддержание здоровья и благосостояния его самого и его семьи. В случае утраты средств к существованию (безработица, болезнь, инвалидность, старость или потеря кормильца) гражданин может рассчитывать на помощь государства.

На сегодняшний день популярны следующие модели социальной защиты:

- Немецкая модель предусматривает обеспечение социальных прав в соответствии с отчислениями, которые уплатил человек на протяжении всей активной жизни. Для семей с ограниченными возможностями существуют различные государственные программы;

- Английская модель предусматривает предоставление социальной помощи в минимальных размерах независимо от принадлежности к какой-либо категории.

Соцзащита включает три основных формы: социальное обеспечение, социальное страхование и социальную помощь.

Социальное обеспечение — форма выражения социальной политики государства, направленная на материальное обеспечение определённой категории граждан из средств государственного бюджета и специальных внебюджетных фондов в случае наступления событий, признаваемых государством социально значимыми (на данном этапе его развития) с целью выравнивания социального положения граждан по сравнению с остальными членами общества.

Социальное страхование — это система социальной защиты, задача которой — обеспечивать реализацию конституционного права экономически активных граждан на материальное обеспечение в старости, в случае болезни, полной или частичной утраты трудоспособности, потери кормильца, безработицы.

Социальная помощь — это денежная помощь и помощь в натуральной форме, в основном финансируется из бюджета и добровольных пожертвований и платится людям, которые находятся в тяжёлом материальном положении, как на основе проверки их дохода и наличия средств к существованию, так и по определённым критериям без проверки дохода. Это означает также, что некоторые слои населения будут пользоваться благами программы помощи, а другие будут исключены из сферы ее действия.

Субъекты социальной работы — те организации и люди, которые ведут эту работу. Это государство в целом, осуществляющее социальную политику через государственные органы социальной защиты [1].

В Казахстане минимальные социальные стандарты устанавливаются и применяются в соответствии с Законом РК «О минимальных социальных стандартах и их гарантиях» в следующих сферах: труда; социального обеспечения; образования; семьи и детей; здравоохранения; культуры; физической культуры и спорта; оказания гарантированной государством юридической помощи.

Минимальный месячный оклад, продолжительность рабочей смены, оплачиваемый ежегодный отпуск — это минимальные социальные стандарты в сфере труда

Согласно Трудовому кодексу страны, работник имеет право на:

- отдых, в том числе оплачиваемый ежегодный трудовой отпуск;
- возмещение вреда, причиненного здоровью в связи с исполнением трудовых обязанностей;
- обязательное социальное страхование;
- страхование от несчастных случаев при исполнении трудовых (служебных) обязанностей;
- гарантии и компенсационные выплаты;
- защиту своих прав и законных интересов всеми не противоречащими закону способами;
- равную оплату за равный труд без какой-либо дискриминации.

Социальными стандартами в сфере социального обеспечения определяются:

- величина прожиточного минимума
- размер минимальной пенсии
- гарантированный объем специальных социальных услуг[2].

Официальная статистика упорно занижает уровень бедности в Казахстане, сильно разнятся данные официальных органов и независимых, в том числе международных, организаций. Как известно, в нашей стране черта бедности определена на уровне 40 процентов от прожиточного минимума – сегодня это 11 540 тенге (36 долларов в месяц, или чуть больше 1 доллара в день).

По стандартам ООН, к проживающим за порогом бедности нужно относить тех людей, которые тратят до 5 долларов в день, или 150 долларов в месяц. Разница между 36 и 150 долларами весьма существенная. Понятно, что выжить на казахстанский прожиточный минимум просто нереально. Происходит подмена понятия «нищета» понятием «бедность», ведь прожиточный минимум — это еще и база для многих других расчетов, в том числе заработных плат, пенсий и различных пособий. По мнению независимых экспертов, величина прожиточного минимума в Казахстане занижена практически в 2 раза. По идее она должна сейчас быть не менее 50 тысяч тенге. И если исходить из этих расчетов, то бедных в стране будет не 3-5 процента от населения (по данным официальной статистики), а больше 60 процентов. Причем в эту категорию подпадает большинство работников бюджетных организаций – учителя, врачи и т.д.

Что касается потребительской корзины, на основе которой и высчитывается прожиточный минимум. Минимальная потребительская корзина последний раз утверждалась в Казахстане в 2005 году, 13 лет назад, хотя согласно международным стандартам, должна пересматриваться раз в пять лет. На сегодняшний день содержит 43 наименования продуктов для сравнения в России 156 наименований. Ее состав обеспечивает душевое потребление на уровне 2175 ккал в день, что соответствует требованиям Всемирной организации здравоохранения.

Умение играть с цифрами всегда было важной прерогативой правительственных институтов в любой стране. Вопрос в том, как используются эти цифры. В Казахстане изначально статданные «причесывались» в угоду их соответствия международным показателям. Очень часто они приводятся в процентном отношении к какому-либо показателю или периоду – в зависимости от того, с чем в том или ином случае выгоднее сравнивать. В результате последней девальвации качество жизни населения снизилось в 2–2,5 раза. Цены на все импортируемые товары выросли в два раза – это лекарства, текстиль, продукты питания. За ними поднялись цены на коммуналку, топливо, услуги. При этом уровень доходов казахстанцев не растет. Даже напротив: многие предприятия сокращают своих работников.

Уровень черты бедности в Казахстане не пересчитывался с 2005 года, он не соответствует современным реалиям и больше нацелен на снижение бедности статистическими методами[3].

Дело в том, что у нас подход базируется на основе концепции абсолютной бедности, тогда как для развитых стран характерна концепция относительной и субъективной бедности. Под абсолютной бедностью понимается состояние, при котором индивид на свой доход не способен удовлетворить даже базисные потребности в пище, жилье, одежде, тепле либо способен удовлетворять только минимальные потребности, обеспечивающие биологическую выживаемость. Численным критерием здесь выступает порог бедности (прожиточный минимум). К сожалению, в нашей стране он не отражает многообразия жизненных ситуаций, в частности, не учитывает потребности групп бедных «по лишениям». Уровень их жизни может быть очень низким в связи со спецификой расходов, например, необходимостью покупки дорогих лекарств. Поэтому на вопрос о том, сколько бедных насчитывается сегодня в нашей стране, можно получить крайне противоречивые ответы. Наиболее остро проблема бедности стоит в сельской местности (совокупные денежные доходы на душу населения там почти в два раза ниже, чем в городах), а также перед гражданами, исключенными из сферы трудовых отношений, – пожилыми людьми, инвалидами, безработными. Кроме того, бедность ощутимо затронула значительную часть многодетных семей.

С этого года в Казахстане внедрена адресная социальная помощь (АСП) нового формата, предусматривающая комплексную помощь для малообеспеченных семей, включая не только денежные выплаты, но и помощь в поиске работы. При этом АСП нетрудоспособным гражданам назначается в безусловном порядке. В 2018 году на эти цели из республиканского бюджета предусмотрено дополнительно 19,2 миллиарда тенге. К слову, в январе АСП нового формата получили порядка 26 тысяч семей. До конца года новой социальной помощью планируется охватить более 350 тысяч семей.

Таким образом, в Казахстане вводится институт сопровождения семьи, поскольку предметом социального контракта является комплекс мероприятий, осуществляемый уполномоченным органом и семьей. Вместе с тем, в случае отказа от участия в выработанных мерах по улучшению ситуации, трудоспособный участник проекта получает предупреждение, при этом сумма дополнительной обусловленной денежной помощи может быть уменьшена на 50%. Однако, социальная поддержка в виде обусловленной денежной помощи для детей сохраняется в полном объеме, то есть АСП на каждого ребенка будет выплачиваться независимо от участия трудоспособных членов семьи в активных мерах содействия занятости.

Безусловная денежная помощь будет предоставляться тем семьям, в составе которых нет трудоспособных членов, или семьям, трудоспособные члены которых по объективным причинам не могут участвовать в мерах содействия занятости (например, одинокие матери с детьми дошкольного

возраста). Для таких семей обязательное участие в мерах занятости для получения пособия не требуется.

Обусловленная денежная помощь предлагает возможность дополнительной помощи для трудоспособных членов семей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации путем заключения социального контракта.

Обусловленная помощь нужна для того, чтобы обеспечить стабильность заработка в будущем через трудоустройство, обучение новой специальности с последующим трудоустройством. В период участия в проекте участнику предлагается дополнительная персональная денежная помощь.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о необходимости и своевременности внедрения адресной социальной помощи нового формата, которая включает не только денежные выплаты, но и помощь в поиске работы малообеспеченным гражданам в Республике Казахстан.

Список использованной литература:

1. Закон «О государственной социальной адресной помощи», № 246-ІІ ЗРК от 07.2001
2. Совместный приказ и.о. Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 2 декабря 2005 года № 307/1-п и Председателя Агентства Республики Казахстан по статистике от «Об утверждении Правил расчета величины прожиточного минимума» 5 декабря 2005 года № 194.
3. Уровень жизни населения в Республике Казахстан. Статистический сборник. – Астана 2018г.

ОӘЖ: 331.2

МАТЕРИАЛДЫҚ ШЫҒЫНДАРҒА БАҚЫЛАУ ЖҮРГІЗУ

Гани Б.Т., Еркінбек Ж.О., Исмайлова М.И.
Ғылыми жетекші- э.ғ.к., аға оқытушы Туребаева Ж.К.
«Мирас» университеті, Шымкент қаласы, Қазақстан

Резюме: В статье раскрывается процедуры контроля за материальными затратами в производственном процессе

Summary: The article reveals the procedures for controlling material costs in the production process

Өндіріс ұйымдарында шығындардың көпшілігін «Материалдар» бойынша есептелетін шығындар құрайды. Сондықтан материалдық шығыстарды негізгі өндіріс шығындарының құрамына қосу өндіріс есебінің мақсаты. Сандық есеп, факттық шығындарды нормалық шығыспен салыстыру және материалдық шығыстарды дұрыс бағалау өндірістегі қолданылатын материалдардың бухгалтерлік есебінің негізі болып табылады. Бұдан материалдық шығынды бағалау маңызы үлкен болып келеді [1].

Нормалық қажеттілік жіберілген материалдарды шектеу алдың-ала бақылауға кіреді. Бастапқы құжаттардың негізі шекті және шекті-алыну карталары. Олар есеп беру айындағы материалдардың нормалық қажеттілігін, уақытын және берілген материалдардың санын, жұмыс өндірушінің есеп

беруіне, берілген шекте кіреді. Шекті-алу карталары арқылы берілетін материалдарды екі жақтан қарастыруға болады. Біріншіден, материалдық құндылықтарды беру, жұмыс өндірушінің есеп беруіне кіріп, материалдардың өнім өндірісіндегі пайдалануын қоспайды. Жұмыс өндірушінің материалдар бойынша есеп беруі, құрылыс-монтаж жұмыстарына шыққан материалдардың регистрі болып келеді. Материалдардың қалдығы, жұмыс өндірушінің есеп беруінде материалдық құндылықтар болып табылады.

Екіншіден, шекті-алыну карталары бойынша беріліп, құрылыс-монтаждардың жұмыстарға жұмсалған материалдар болып есеп беруде көрсетіледі. Онда да материалдар факттық шығыны бойынша жасалатын есеп беруді құру қажет. Ал инвентаризацияның аяғында шыққан материалдардың қалдығы, өндірушіге қайтарылған болып танылады.

Біздің көз қарасымызға екінші әдіс дұрыстау болып келеді. Өйткені онда шекті-алыну карталар бойынша берілетін материалдық құндылықтар құрылыс-монтаж жұмыстарының пландық көлеміне жұмсалған болып танылады. Ал жұмсалмаған материалдарды қайтару жұмыстылық қамды орылмағаның немесе материалдарды өнемдеп жұмсау туралы ақпарат береді. Бұл дегеніміз есептің бетке тұтар жағдайы. Бірінші әдісте бет тұтар ақпарат жоқ.

Алдын-ала және ағымдағы есептің ең пайдалы жағдайлары сигналдық құжаттар болып табылады. Олар материалдардың шығыны құртылуы, ауыстырылуы және тағы басқа жағдайлардан туындайтын шектен астам шығының көрсетеді. Сигналдық құжаттар, планнан ауытқу жағдайында толтырылып, жылдам дәуірде оң себебін немесе себепкер адамын тауып, оларды жою мен анализден өткізуіне көмек көрсетеді. Шекті карта және сигналдық құжаттардың жоғарғы нормалық-бақылау маңызын барлық экономистер мойындайды. Бірақ план орындалмаған күні де шекті-алыну картасының маңызы жойылмайды, өйткені одан тек қана планға сәйкес материал беріледі. Тек ай соңында істелген жұмыс көлемінен шыққан материалдар санын салыстыру мүмкін болады. Онда сигналдық құжаттарда көрсетілмеген материалдық табылуы әбден мүмкін.

Мысалы, егер материалдар берілген шекте жұмсалынса да істелген жұмыс көлемі айлық план көрсеткішінен төмен болуы мүмкін. Онда ешқандай қосымша құжаттар толтырылмайды. Шығынды айдың соңында байқалған оперативтік болып табылмайды, өйткені фронттық шығын айдың басында немесе есеп беру мерзімінде жайлап жиналуы мүмкін. Ал егер материалдың шығыны пландық көлемдегі жұмыстарды атқаруда болса, сигналдық құжаттар есеп беру мерзімінің аяғында толтырылады. Сөйтіп тағы фронттық шығын болу мен оны сигналдық құжаттарға енгізуде, уақыттары келіспейді.

Материалдық ресурстарды үнемдеу туралы ақпаратта ой соңында белгілі болады. Ол жұмсалмаған шеті материалдардың қалдығы немесе істелген жұмыс көлемі планнан асқанда көрінеді. Шекті материалдар беру, есеп беру мерзіміндегі бір түрлі материалдардың шығыны мен үнемдеуі бір-бірін жапқанын көрсете алмайды, бұл дегеніміз материалдық шығысты азайту мүмкіндіктерін табуды төмендетеді [2].

Осы және тағы басқа да шекті материалдарды пайдалану кезінде шығатын кемшіліктермен кездесіп, кейбір құрылыс ұйымдары бұл тәсілден мүлдем бас тартты. Онда өндіріске ешқандай шексіз түседі. Әр жұмысшы өзіне белгілі бір норманы ұстанады деп санайды.

Ал егер нормадан астам істер шықса, онда акт толтырылып пайдалынатын материалдардың керек екендігін түсіндіреді. Бірақ мұны пайдаланған әрқашанда оперативті болмайды. Практикадан белгілі, актерді айдың соңында, берілген сіке шығатын нормалық материалдардың, нормадан асқаның ақтау үшін толтырылады, одан қалса құрылыста кейбір істердің нәтижесін өз көзімен бақылау мүмкін емес. Бұл деген келесі жағдайға әкелуі мүмкін: Мсалы, әдейі материалдардың шығысын нормадан асырып, кейін акт толтыру немесе жасалған істің көлемін азайту және т.б. жағдайлар. Ал материалдарды үнемдеу жағдайы мүлдем кездеспейді. Егер материалдар норма бойынша жұмсалса, оның үнемделуі есеп беруде әрине тіркелмейді, ал бұл әртүрлі заңсыздыққа әкеледі. Бұның бәрінен шығатын нәтижені, шекті куәліктер құжаттары арқылы берілетін әдістен, материалдарды шексіз беру, жұмысшыны үнемдеуге емес, әртүрлі шығындарды көбейту немесе жоспардан басқа жұмысқа жұмсау болып табылады. Мұнда ешбір материалдарды үнемдеуді байқау мүмкін емес [3].

Материалдарды шекті құжаттар арқылы беруді қайта енгізу қажет, бірақ шығатын сәйкессіздікті жылдам шешетін өзгерістер енгізу керек. Қазір шекті алу карталары 1 ай мерзіміне ашылады немесе квартал. Онда есеп беру мерзімінде берілетін материалдарды нормалық жалпы саны көрсетіледі. Ал жұмыс өндірушіге қоймадан берілген көлеміне жеткенше шетінен беріледі. Сонда да шекті әдіске, қазіргі кезде материалдар, қандай көлемде жұмысқа берілетінің көрсетпейді. Негізі шекті-алу картасында, есеп беру мерзімінде жұмыс көлемін көрсетіп, әрбір жұмысқа шығатын материалдардың нормасын және жұмыстың барлық көлеміне кететінің көрсетуі керек. Шекті көлемді материалдарды беруде, ол көлемі қандай жұмысқа берілді және қалған материалдарды беру тек жанағы жұмыс көлемі бітгі деген соң берілуі қажет. Сонда жанағы жұмыс көлемі жасалды дегенмен қатар, қанша материал үнемделді немесе нормадан астам жұмсалды деген мәліметтерді сигналды құжаттарға бекіту қажет.

Бұл әдіс есеп беру, және материалдардың шығысын бақылауды оперативті түрде жүргізеді. Ал тиімділігі бақылау қаншалықты жиі жүргізілген сайын өсіп отырады. Құрылыс процесінде кейбір материалдар алдымен бөлінеді, мысалы, шиша линолеум және т.б. Онда материалдардың шығының бақылауға партиялық бөліну әдісі қолданылады. Бұл әдіс берілген материалдарды бөлгенде шығатын қоқыспен факты түрде қаншасы жарамды екендігін көрсету.

Ал ашық түрде сақталатын материалдарды құжатқа толтырмай, ай соңында түгендеу жасайды. Онда бригадаға емес, құрылыс учаскісіне беріледі, материал шығыны орташа есеппен қабылданады. Ал шығыстың бақылауы түгендеуден білінеді. Бұл сұрақпен айналасатын экономистер түгендеу әр смена

сайын өтуі қажет дейді. Бірақ бұл тек санауға болатын материалдарға қатысты. Түгендеу әдісін жақсарту үшін оны әрбір бригада, бригаданың жұмысшылары толтыруы тиімді болуы мүмкін.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Басманов И.А. Теоретические основы учета и калькулирования себестоимости промышленной продукции. Под ред В.А.Новака,- М.: Финансы; 2011.-167б.
2. Калькуляция себестоимости в промышленности, Под ред . проф. А.Ш.Маргулиса.- М.: Финансы 2014.-295б.
3. Стуков С.А. Современные методы калькулирования себестоимости.-Калинин:КГУ, 2013.-86б.

ӘОЖ 330.357

**КӘСПОРЫННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ
ТЕТІГІ**

Ғизатолла Ж.Ғ., Шарафи А.Қ., Алимов Т.Н.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Сатыбекова Э.Г.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Экономическая безопасность предприятия предполагает практический и обдуманый менеджмент, который лежит в основе для создания конкурентных преимуществ с помощью имеющихся ресурсов, при которой акцент делается на защищенности и экономической устойчивости предприятия. В статье рассматриваются основные механизмы обеспечения экономической безопасности. Для определения эффективного механизма, рассмотрим необходимые структурные элементы и составные части экономической системы, обеспечивающие достижение цели экономической политики предприятия, выделим типы и проведем типологию угроз экономической политики. Также в статье проведен анализ возможностей экономического механизма в обеспечении экономической и финансовой безопасности предприятия.

Summary: The economic security of an enterprise involves practical and deliberate management, which is the basis for creating competitive advantages with the help of available resources, in which the emphasis is on the security and economic sustainability of the enterprise. The article discusses the main mechanisms for ensuring economic security. To determine an effective mechanism, we consider the necessary structural elements and components of the economic system that ensure the achievement of the goal of the economic policy of the enterprise, we single out the types and conduct a typology of economic policy threats. The article also analyzes the possibilities of the economic mechanism in ensuring the economic and financial security of the enterprise.

Экономикалық қауіпсіздік деп елдің экономикалық егемендігі, оның экономикалық кеңістігінің бірлігі және Ресей Федерациясының стратегиялық ұлттық басымдықтарын іске асыру шарттары қамтамасыз етілетін ұлттық экономиканың сыртқы және ішкі қауіптерден қорғалу жағдайы түсініледі. [1] ішкі экономикалық қауіпсіздік ортасы жалпы экономикалық ортаның құрамдас бөліктері болып табылатын экономикалық, саяси және әлеуметтік компоненттерді қамтиды.

Экономикалық қауіпсіздіктің осы анықтамасына сәйкес, негізгі қасиет ішкі және сыртқы қауіптердің әсеріне төзімділік деп қорытынды жасауға болады. Бұл экономикалық қауіпсіздіктің негізгі міндеттерін анықтайды:

- қатерлерді анықтау және жою;
- кәсіпорын қызметінің мониторингі;
- төлем қабілеттілігін және қаржылық тұрақтылық деңгейін қолдау;
- дағдарыстың салдарын азайту.

Міндеттерден шығатыны, кәсіпорын қауіпсіздіктің келесі деңгейін ұстап тұру үшін өзінің қаржылық жағдайын және сыртқы ортадағы факторларды үнемі бақылап отыруы керек. Нарықтың жай – күйі, сұраныс қисығы, тәуекелге салыстырмалы тұрақтылық, нарықтық баға, негізгі құралдардың жай-күйі, қаржылық міндеттемелер сияқты осы факторларды елемегенде-кәсіпорынның тиімділігі төмендейді. Мониторинг әдістері ретінде мыналар пайдаланылуы тиіс: істердің ағымдағы жай-күйін бақылау, іріктеп тексерулер жүргізу, басшылыққа ақпаратты жедел ұсыну. Кәсіпорынның меншігіне байланысты қоршаған орта мен мониторинг факторларына сәйкес, қоғамдағы қатынастардың жай-күйін, кәсіпорынның қай жерде орналасқанын және оның қайда бара жатқанын болжауға болады.

Экономикалық қауіпсіздікке төнетін қатерлерді дәл анықтау олардың алдын алу және алдын алу бойынша қажетті шаралар кешенін анықтауға көмектеседі. Қауіптердің көзі негізінен объектінің немесе объектілер тобының жағдайының нашарлауына әкелетін жағдайдың тасымалдаушылары болып табылады.

Экономикалық қауіпсіздікке төнетін қауіптер сыртқы және ішкі болып жіктеледі. Ішкі қауіптердің құрамдас бөлігі: персонал, техника, қаржы және ақпараттан тұрады. Қызметкерлердің әрекеті мен әрекетсіздігі бизнестің мүдделеріне қайшы келетін ішкі қауіп тудыруы мүмкін, бұл кәсіпорынға экономикалық зиян келтіруі мүмкін (ақпараттың ағуы, іскерлік имидждің бұзылуы, серіктестермен проблемалардың туындауы және т.б.). Кәсіпорынның сыртқы ортасы да қауіп көзі болып табылады, олар болуы мүмкін:

- достықсыз сіңіру;
- кәсіпорын жұмысын ақпараттық қамтамасыз етуді бұзу;
- рейдерлік шабуылдар;
- жосықсыз бәсекелестер;
- гринмейл шабуылдары;
- аралас тыңшылық;
- алаяқтық;
- т. б.

Экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің ең өзекті міндеті-кәсіпорынның төлем қабілетсіздігін жою. Қазіргі уақытта бұл процеске екі фактор әсер етеді – сыртқы жағдай және мемлекеттің ішкі саясаты. Төлем қабілетсіздігін азайту бойынша шаралар қабылдау үшін, ең алдымен, оның белгілерінің болуын анықтап, себептерін талдау қажет. Төлем қабілеттілігін сақтау үшін: ақша массасын тиімді басқару, өндірістің бәсекеге қабілеттілігін

және өнімнің немесе қызметтердің сапасын арттыру, шығындар мен шығындарды азайту қажет. Сонымен қатар, бұл міндетті іс жүзінде жүзеге асыру үшін кәсіпорынның дебиторлық және кредиторлық берешегін, экономикалық шарттарды жүйелеуді, контрагенттер алдындағы қаржылық міндеттемелердің толық орындалуын үнемі бақылау маңызды.

Қаржылық тұрақтылықты сақтау кәсіпорынның барлық қаржылық қызметін құрылымдық қайта құруды жүзеге асыруды қамтамасыз ету үшін үлкен күш пен шығындарды қажет етеді. Бұл кезеңде капитал құрылымын, ағымдағы активтер мен ақша ағындарын оңтайландыру шешіледі, сонымен қатар Кәсіпорынның инвестициялық белсенділігі төмендейді.

Кәсіпкерлік қызметтегі тәуекелдерді азайту және ықтимал залалды жабу қажеттілігі үшін арнайы қаражат қорларын құру қажет. Осы мақсатқа жету үшін компания арнайы резервтер құрудың әртүрлі формаларын қолдана алады және заң оларды ақшалай және ақшалай емес түрде құруға мүмкіндік береді. Осыған қарамастан, қорлар мен резервтердің мөлшері қатаң шектелуі керек, әйтпесе бұл қойма шығындарының өсуіне немесе айналымнан қаражаттың алынуына әкеледі. Логикалық нәтиже-олардың минималды жиынтығымен салыстырғанда қойма қорларын пайдалану тиімділігінің төмендеуі. Шектеусіз ресурстар Болашақ және ағымдағы инвестициялар арқылы сіңіп кету қаупі бар және жаңа эмиссия қажет болады.

Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету келесі кезеңдерді қамтитын үздіксіз процесс болып табылады:

Кәсіпорын қызметінің қауіптерін мониторингілеу және сәйкестендіру;

Қаржылық жағдайды талдау үшін әдістемені, сондай-ақ оны бағалау критерийлері мен көрсеткіштерін таңдау;

Экономикалық қауіпсіздік индикаторларының жағдайы мен динамикасын бақылаудың тұрақты процесі;

Қаржылық жағдайды талдау және кәсіпорынның қауіптерін бақылау және сәйкестендіру нәтижелері негізінде әдістерді қолдану.

Экономикалық қауіпсіздікке төнетін қауіптердің белгілерін ерте кезеңде анықтау үшін тұрақты мониторинг жүргізіледі. Бұл жағдайда кәсіпорынның қаржылық жағдайына және жедел әрекет етуге теріс әсер ететін факторларды анықтау үшін қазіргі жағдайды талдау жүзеге асырылады. Негізінде, мониторинг тәуекелдерді оңтайландыруды білдіреді.

Сапалы талдауды жүзеге асыру үшін таңдалған әдісті ұстану керек. Қаржылық жағдайды бағалаудың және белгілі бір көрсеткіштерді таңдаудың әмбебап тәсілдері жоқ. Осы себепті басшы мен жауапты адамның алдында "дағдарыс өрісі" объектілерін анықтауды талап ететін қарапайым міндет емес. Қаржылық жағдайды бағалаудың әдістері мен критерийлері өте алуан түрлі және оларды таңдау кәсіпорынның көлеміне, сондай-ақ сала мен экономикалық қауіпсіздік түріне байланысты сирек емес. Айта кету керек, кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың жалпы қабылданған әдістері болуы мүмкін емес, өйткені олардың әрқайсысы белгілі бір жағдайларға байланысты жасалған [2].

Экономикалық қауіпсіздіктің маңызды элементі-оны қамтамасыз ету механизмі. Экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету тетігі қауіптердің, субъективті және объективті тәуекелдердің алдын алуға бағытталған ұйымдастырушылық, құқықтық, техникалық, ақпараттық және арнайы шаралар кешені болып табылады.

Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету тетігі жүйесінде индикативті талдаудың болуы негізгі талап болып табылады. Осы талдаудың көмегімен экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету жөніндегі іс-шаралардың тиімділігін бағалауға болады. Индекстер жекелеген көрсеткіштері экономика жай-күйінің индикаторлары болуы мүмкін сала жай-күйінің серпінін көрсетеді, сондай-ақ оқиғалардың қолайсыз дамуы жағдайында кәсіпорында туындауы мүмкін барлық ықтимал тәуекелдерді зерделеуге бағытталған.

Көрсеткіштер мен нормативтік сипаттамалар экономикалық қауіпсіздіктің көрсеткіштері болып табылады және олар:

экономикалық қауіпсіздікке төнетін қатерлерді сандық түрде көрсетеді;

олар жоғары сезімталдық пен өзгергіштікке ие, бұл нарық субъектілерін үкімет қабылдаған шараларға байланысты ішкі экономикадағы өзгерістерге байланысты ықтимал қауіптер туралы ескертудің үлкен мүмкіндігі;

Нарықтық конъюнктураның күтпеген өзгерістері орын алатын дағдарыс жағдайындағыдай жиынтықта жұмыс істейтін және бір уақытта анықтау мүмкін емес индикаторлар болып табылады.

Бұл дегеніміз, кез-келген қауіптің пайда болу ықтималдығын анықтау үшін экономикалық қауіпсіздіктің жай-күйі мен сыртқы ортаның әсерін көрсететін есептік және нақты көрсеткіштер қолданылады. Индикаторларды қолдана отырып, қауіптің көзін тезірек тауып, оған уақтылы жауап беру мүмкін болады.

Кәсіпорын қызметінің бақыланатын индикаторлары экономикалық қауіпсіздіктің арнайы индикаторларын қамтиды. Арнайы индикаторлар белгілі бір кезеңдегі кәсіпорынның қаржылық жағдайын диагностикалауды және сәйкестендіруді жүзеге асырады. Бұл индикаторлар кәсіпорынның қызмет жағдайына диагностикасының келесі мәндеріне ие: қалыпты, дағдарыс алдындағы, дағдарыс. Қазіргі уақытта кәсіпорынның банкроттығын болжауға болады.

Жоспарлы-нормативтік мәндерге сәйкес индикаторлар көрсеткіштерінің өзгеруіне байланысты банкроттық ықтималдығы болжанған кезде кәсіпорынның қаржылық жағдайы анықталады. Бұл сәйкестендірудің нәтижесі процестерді жоспарлау мен ұйымдастыруда басқару шараларының қабылдануын көрсететін мән береді.

Дағдарыстың дамуын әлсірететін алдын алу тетіктері кәсіпорынның қаржылық жағдайын қалпына келтіреді және қалыпты жағдайға әкеледі. Алдын алу механизмдеріне мыналар жатады:

өтімді активтерді ұлғайту үшін кәсіпорынның артық немесе пайдаланылмаған активтерін сату;

сыртқы және ішкі қаржылық тәуекелдерді сақтандыру деңгейін арттыру;

кәсіпорынның қаржылық қызметінің қауіпті бағыттарына қаржы операцияларының көлемін қысқарту:

дебиторлық берешектің ақшалай нысаны және ақша қаражаттарының баламалары [3].

Егер біз кәсіпорынның қаржылық жағдайы мониторинг және сәйкестендіру процесінде дағдарыс алдындағы деңгейде екенін анықтасақ, дағдарыстың одан әрі дамуын болдырмау үшін шаралар қабылдауымыз керек. Бұл шаралар ұйымдастырушылық өзгерістерді, даму стратегиясын түзетуді және қаржылық тұрақтандыруды қамтиды.

Кәсіпорынды басқарудың төмендеуімен, мүдделер қақтығысымен, белгісіздікпен және уақыттың шектеулілігімен байланысты осындай қолайсыз жағдайларда басқару шешімдерін жүзеге асыру белгілі бір қиындықтарды тудырады. Бұл шешімдерді жүзеге асыру дағдарыстық жағдайлардың дамуына байланысты әртүрлі факторлармен қиындауы мүмкін.

Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің ғылыми тәсілдерін зерттеу және жүйелеу негізінде біз келесі тұжырымдар жасай аламыз.

Компанияның экономикалық сенімділігіне кепілдік беру экономикалық сенімділіктің жай-күйі туралы объективті түсінікке ие болу және оны қамтамасыз етудің тиісті тетіктерін пайдалану үшін таңдалған көрсеткіштерді үнемі бақылауды қамтитын ұзақ процесс ретінде қарастырылуы керек.

Басшылықтың шешімдері мен оларды жүзеге асыру құралдары көбінесе компания қызметінің барлық аспектілерінің ағымдағы жағдайына және банкроттық ықтималдығын болжау нәтижелеріне байланысты. Экономикалық сенімділік деңгейі басқарудың тиісті әдістерін таңдауды анықтайды.

Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету механизмінің жұмыс істеу сипаттамасы келесі ерекшеліктерді қамтиды: механизм жоғары динамизмге ие және кәсіпорынның өзгертін ішкі және сыртқы ортасына сәтті бейімделу үшін үнемі жетілдіріліп отырады.

Осылайша, кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету тетігінің басты мақсаты - оның экономикалық қауіпсіздігіне кепілдік беретін жағдайлар жасау және іске асыру. Бұл шарттар экономикалық қауіпсіздік критерийлері мен оның деңгейі негізінде анықталады. Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету тетігінің құрылымында ескерілетін маңызды шарттарға кәсіпорын шығындарын азайту, инновацияларға бейімделу және нарықтық инфрақұрылым қызметтерін пайдалануды кеңейту жатады. Дәл осы жағдайлар кәсіпорынның пайдасын қалыптастыруға қатты әсер етеді және оның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етеді деп болжануда.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Гринберг Р. С., Рубинштейн А. Я., Нуреев Р. М. Экономика общественного сектора (новая теория). Учебник. М.: Инфра-М, РИОР. 2016. 440 с.
2. Дерен В. И., Дерен А. В. Экономика и международный бизнес. Учебник и практикум для магистратуры. М.: Юрайт. 2019. 298 с.

3. Елисеев В. С., Веленто И. И. Теория экономического права. Теория отраслей права, обеспечивающих экономические отношения. Учебное пособие. М.: Проспект. 2020. 416 с.

УДК:339.5(574)

ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Гулова Е.В

Научный руководитель: старший преподаватель Ажибекова А.Д
Университет«Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Процестің кезеңдері зерттеу жоспарын жүзеге асырумен тығыз байланысты. Әрбір мәселенің табиғаты бойынша бірегей екенін ескере отырып, зерттеу процедурасы әдетте оның ерекшеліктері мен маңыздылығын ескере отырып әзірленеді

Summary: The stages of the process are closely related to the implementation of the research plan. Given that each problem is unique in nature, the research procedure is usually developed taking into account its features and significance

Процессы прогресса тщательно связаны с выполнением плана исследований. При этом, учитывая, что каждый вопрос уникальнй по своему характеру, исследовательские процедуры обычно разработаны в соответствии с его особенностями и значениями. Впрочем, можно сказать, что ряд шагов можно назвать процессом исследований, известным как процесс исследования.(см. рисунок 1):

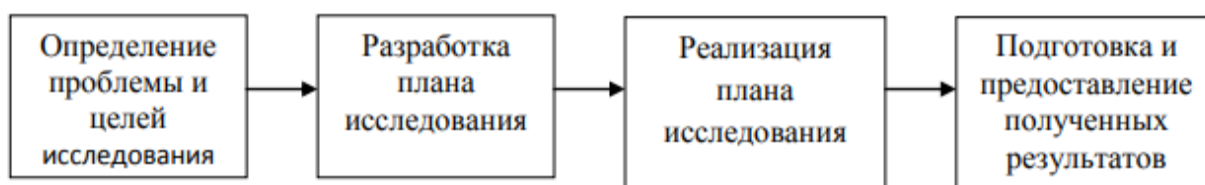


Рисунок 1 – Этапы процесса маркетинговых исследований

Для того, чтобы определить необходимость проведения маркетингового исследования, все организации постоянно должны мониторить окружающую среду с помощью мониторинговой системы. [1]

Главная задача использования этой системы - предоставление оперативной информации руководителю организации. Эта информация дает руководству возможность оценить соответствие результатов их нынешней деятельности заданными целям, влияли ли принятые законодательные акты на покупательскую способность потребителя и на деятельность компаний отрасли, изменились ли ценности и стиль жизни потребителя, использовались ли конкуренты новых стратегий.[2]

Контроль может быть осуществлен различными методами, будь то формальным, либо неформальным. Например, фирме может применяться сложная информационная маркетинговая система или более современная

финансовая система, а владельцу малого предприятия можно самостоятельно внимательно наблюдать за влиянием внешнего окружения на бизнес. Первый этап требует четкого определения проблемы и согласования целей исследований. Определение проблемы - одна из ключевых стадий всего процесса исследования, так как четко изложенная проблема уже решает половину задачи. Например, снижение объемов продаж, которые наблюдает компания в последние годы, является не единственной проблемой, но следствием до сих пор не выявленных проблем.[3]

Проблема в том, чтобы снизить покупательский спрос, уменьшить потенциал компании, появиться мощные конкуренты или устареть собственные методы продаж и сервиса клиентов. Сначала нужно определить симптом – внешние симптомы, а потом сформулировать всю возможную причину, провести отбор причин и составлять список возможных альтернатив для решения задачи. Выявление проблем и задач - одна из сложнейших задач в процессе исследований.[4]

Директор может понять, что что-то не так в деятельности компании, но не осознавать, что это. Например, руководитель розничной торговли, который использует систему акций, ошибочно считает, что снижение объема продаж связано с плохим рекламным контентом и заказывает исследование рекламных политик. Однако если исследование свидетельствует о том, что рекламная кампания работает правильно и дает необходимую информацию для аудитории, то менеджеру оказывается затруднение. После этого становится понятно, что в действительности проблема в том, что компания не исполняет обещанное в рекламе обещание. Тщательно определить проблему в данном случае позволит избежать издержек и потерь времени в связи с проведением рекламного исследования. Вместо того, он привел бы к исследованию реальной задачи – реакции покупателей на товары и услуги магазина, цены на товары и услуги [5]. При этом цели исследования можно выразить количественно или качественно. Количественный ориентир включает рост объемов продаж в натуральном выражении, рост доходности, рост доли рынка и так далее. Качественный ориентир - повышение уровня технической оснащенности продукции, обновление ее, формирование положительного образа компании и укрепление ее позиций в индустрии [6]. На предварительной стадии составляется маркетинговый план, включающий в себя следующие этапы:

1. Определение метода исследования, выбираемого в соответствии с целями, направлением исследования, имеющимися ресурсами предприятия. План маркетинговых исследований можно разделить на поисковые и результативные. Поисковые исследования направлены на анализ сущности проблемы, а итоговые исследования проводятся для того, чтобы проверить гипотезы и изучить связи между переменными. Результаты результатов итоговых исследований применяются для решения управленческих задач.

2. Определение необходимого типа информации, источников получения ее. В маркетинговом исследовании часто используются первичные и вторичные данные. Вторичная информация представляет собой уже существующая

информация, собранная ранее в других целях. Сбор вторичной информации представляет собой кабинетное исследование. Источник вторичной информации – внутренние ресурсы и внутренние. Источниками внутренних источников являются отчеты о финансовых отчетах, внутренней статистике, данные о предыдущем исследовании, сообщения коммерческих сотрудников или обзоры потребительских жалоб. Внешними источниками являются государственная и отраслевая статистика, данные организаций международного уровня, материалы периодического печатания, информация с выставок, выставки, конференций, публикации рекламного агентства.

3. Разработка форм сбора информации. Исследователям следует создать форму, позволяющую ясно и четко отражать все необходимое и максимально удовлетворять требования проектов. Одна из наиболее распространенных форм — это анкетирование. Здесь появляются вопросы по структуре опроса, включению альтернативного ответа или ответа в свободном виде, ясному целям опроса, использованию рейтинговых рейтингов.

4. Формирование планирования выборочных исследований и определение объема выборочных исследований являются завершающим этапом планирования исследований. После того, как исследователи определяют методы сбора, исследователям следует определить, какие выборки нужно делать. Генеральная группа экспертов, представляющая все выборки, может состоять из студентов, домохозяек, школьников и других. Планируя опрос, исследователям следует определить кого нужно спросить, сколько нужно включать в опрос и какой критерий следует составить его. Большой выбор может давать более точные результаты, однако иногда в него не нужно включать все объекты изучения. [7]

Для составления выборки различные подходы требуют различного финансового и временного затрат, имеют различные точности и статистику. Далее исследователь начинает реализацию маркетингового плана, в том числе сбора, обработки и анализа информации. Еще один подход состоит в том, чтобы комплектовать специальную группу, состоящую, к примеру, из учеников, для телефонных или персональных интервью. Для этого необходимы тренировки, контроль качества собранной информации, мотивация работы экспертов. Также существует специальная коммерческая компания, которая занимается сбором коммерческой маркетинговой информации. Поэтому выбор подхода для сбора данных определяется возможностями и требованиями исследований. Каждый подход имеет свою специфику и свои преимущества и выбор определенного варианта следует обосновывать исследовательским путем. Проверка качества - стандартная процедура в процессе обработки данных этих предприятий. Есть различные методы проверки достоверности и качество собранной информации. Например, вы можете установить контакт с вторичным респондентом, с которым уже прошли опросы прошлого года. Отметим, что заказчик, не являющийся непосредственно участником исследования, тем более если это первый его заказ, может оказаться странным для того, чтобы данные были собраны из различных регионов и не требуют

физического участия его работников. Представители фирмы должны объяснить и разъяснить такие сомнения. Чтобы получить важную информацию, исследователь будет обрабатывать и анализировать собранную информацию. Анализ состоит из нескольких этапов: Первым этапом является редактирование, в котором проверяется правильное и полное заполнение форм и бланков, соблюдая все инструкции. Вторая стадия – кодирование, в котором каждый ответ присваивает номер для его последующего применения в анализе компьютера. Второй этап является классификацией или табулированием, в котором производится подсчёт ответов, распределение их по различным категориям и формирование данных в таблицах. Четвертая ступень – подготовка, предоставление полученного результата. На этой стадии исследователь анализирует результаты, выводит выводы, составляет отчет для руководителя.

Как и товар, и результаты маркетингового исследования должны также хорошо «упакованы». Кроме того, структура заключительной отчетности должна отвечать требованиям клиента. В случае отсутствия их рекомендуется разделять заключительные отчеты на вводные, основные и заключительные части. Поэтому предоставление качественного и структурированного отчета – важная часть маркетингового исследования. Он помогает клиентам лучше понимать рынок, принимать адекватные решения для них.

Список использованной литературы:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг. Практикум / И.Л. Акулич. - М.: Вышэйшая школа, 2022.
2. Божук, С.Г. Маркетинг / С.Г. Божук. - М.: Питер, 2019. - 561 с.[2]
3. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО / С.Г. Божук. - М.: Юрайт, 2022. - 386 с.
4. Бронникова, Т. С. Маркетинг. Теория, методика, практика / Т.С. Бронникова. - М.: КноРус, 2020. - 208 с.
5. Букин, С. О. Основы маркетинга в вопросах и ответах / С.О. Букин. - М.: Феникс, 2018. - 160 с.
6. Бутова, Т.Г. Управление маркетингом. Учебник / Т.Г. Бутова. - М.: Проспект, 2018. – 499с.
7. Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2021. - 416 с.
8. Казущик, А. А. Основы маркетинга / А.А. Казущик. - М.: Беларусь, 2019. - 248 с.

УДК 419

ТРИ (3) СТОЛПА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Джамадуллаев А.Н., Берстемова Д.Е., Сембай А.А.
Научный руководитель – магистр, старший преподаватель Бокушева С.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақалада :экологиялық, экономикалық және әлеуметтік болып табылатын тұрақты дамудың үш (3) тірегі қарастырылады.

Summary: This article discusses: three (3) pillars of sustainable development, which are environmental, economic and social.

Мир можно охарактеризовать как развитые, так и развивающиеся страны. Независимо от того, на каком конце спектра находится страна, обе крайности вызывают экологическую нагрузку в мире.

Поэтому важно понимать различия и проблемы между развитыми и развивающимися странами, чтобы эффективно понимать динамику.

Экологические ограничения в развивающихся странах характеризуются давлением, связанным с ростом численности населения, неэффективными технологиями, слабым управлением, неразвитым сектором здравоохранения, низким доходом на душу населения и бедностью. Поэтому акцент для развивающихся стран делается на необходимости прогресса, стремлении к социальному и экономическому росту. Следовательно, рост будет иметь приоритет перед окружающей средой.

С точки зрения развитых стран, экономический рост приводит к увеличению благосостояния, доходов, уровня жизни и улучшению медицинских учреждений. С другой стороны, это состояние изобилия было достигнуто ценой деградации окружающей среды, которая началась на заре промышленной революции в 18 веке. Стремление к промышленному развитию было основано на растущем использовании ископаемого топлива, сырья, синтетики и химических веществ (таких как пестициды, ДДТ и т.д.), и это лишь некоторые из них.

Этот стремительный рост потребления и производства оказал огромное давление на окружающую среду в результате чрезмерной эксплуатации и истощения ресурсов, накопления CO₂ и парниковых газов в атмосфере, загрязнения и разрушения экосистем. Таким образом, можно сделать вывод, что проблемы, возникающие в окружающей среде, являются результатом как отсутствия развития, так и последствий экономического роста в странах мира.

Экономический рост

Поэтому, когда мы думаем в терминах экономического роста, мы понимаем, что рост является главной экономической целью многих стран. Таким образом, в качестве цели нация, способная достичь экономического роста, будет лучше подходить для удовлетворения потребностей отдельных людей и решения социально-экономических проблем, таких как бедность. Таким образом, обеспечивая благосостояние экономики и повышая уровень жизни, повышая доходы / предоставляя рабочие места. Кроме того, экономический рост, возможно, может даже защитить окружающую среду путем создания парков, заповедников и реализации ключевых стратегий. Следовательно, некоторые экономисты утверждают, что экономический рост в конечном итоге приведет к улучшению состояния окружающей среды.

Может быть, это и так, но чем быстрее наш рост, потребление и использование ресурсов нашего природного капитала, тем больше отходов мы производим, тем более подвержены деградации окружающей среды и истощению. Таким образом, поскольку нашей целью является экономический рост, он, вероятно, отодвинет на второй план экологические проблемы,

отодвинув их на второй план, в то время как основное внимание уделяется накоплению богатства. Однако, несмотря на это, интересно отметить, что, когда страна достигает высокого уровня жизни, люди придают большое значение экологическим удобствам.

Другими словами, по мере того, как люди становятся богаче, у них появляется больше времени думать о других вещах, помимо своего выживания; и это богатство может повлиять на правительства в плане улучшения состояния окружающей среды. Например, только после того, как промышленно развитые страны достигли своих экономических целей, они начали сосредотачиваться на экологических проблемах, которые оставили после себя в своем стремлении к росту.

В целом важно понимать, что экономический рост не является синонимом экономического развития. На самом деле это означает, что экономическое развитие - это увеличение экономического благосостояния страны, направленное на общее благосостояние граждан. Достижение общего благосостояния достигается за счет улучшения качества жизни, измеряемого ожидаемой продолжительностью жизни, грамотностью, валовым внутренним продуктом (ВВП) и т.д. Для сравнения, экономический рост измеряется в более узком контексте, используя только ВВП.

Следовательно, когда речь заходит об экономическом росте, мы должны учитывать эти моменты:

1) Можем ли мы (развивающиеся страны) позволить себе следовать начальным шагам развитого мира? Стремление к росту сейчас, которое влечет за собой ухудшение состояния окружающей среды. Или

2) Должны ли мы осознавать ценность нашей окружающей среды сегодня и выгоды завтрашнего дня, поскольку это способствует общему прогрессу наших экономик?

Это непростое решение, поскольку стимулирование экономического роста рассматривается как способ вывести развивающиеся страны из нищеты и повысить их уровень жизни. Тем не менее, мы должны остановиться и спросить, как экономический рост влияет на окружающую среду?

Многие утверждают, что даже если богатые страны смогут снизить уровень загрязнения, экономический рост приведет к увеличению нагрузки на экосистемы. Более того, можно ожидать, что общее воздействие на окружающую среду возрастет в зависимости от ВВП. То есть по мере роста ВВП усиливается воздействие на окружающую среду в зависимости от вида экономической деятельности, такого как туризм, когда туристы забирают вещи из окружающей среды на память (кораллы); или чрезмерный вылов морских ресурсов (и другие виды деятельности в сельском, лесном хозяйстве, горнодобывающей промышленности и т.д.).

Таким образом, мы понимаем, что воздействие на окружающую среду связано с экономическим ростом (уровнями производства) из-за кумулятивного истощения ресурсов, изменений в землепользовании, влияющих на качество

воды и биоразнообразии, темпов эксплуатации, превышающих темпы замещения, и образования отходов.

Хотя некоторые могут не обращать внимания на экологические проблемы как следствие роста, говоря, что рост имеет первостепенное значение, мы должны понимать, что деградация ресурсной базы в конечном итоге подвергнет риску саму экономическую деятельность, что, в свою очередь, повлияет на рост. Таким образом, развивающиеся страны сталкиваются с проблемой, идти ли по пути более развитых стран или, наоборот, сосредоточиться на сохранении.

Новый путь

Однако для каждой проблемы есть решение. Международное сообщество осознало необходимость стратегического комплексного подхода к решению проблем охраны окружающей среды при одновременном содействии развитию. Таким образом, эта конечная цель может быть достигнута путем внедрения устойчивого развития.

Всемирная комиссия по окружающей среде и развитию определяет термин «устойчивое развитие» как «Развитие, которое отвечает потребностям настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности». Таким образом, данная концепция учитывает право на развитие и защиту окружающей среды. Устойчивое развитие, таким образом, направлено на удовлетворение текущих потребностей и решение краткосрочных проблем с общей целью обеспечения долгосрочной устойчивости.

Таким образом, устойчивое развитие – это комплексная концепция, которая:

1. Требуется удовлетворения основных потребностей в стремлении к лучшему качеству жизни
2. Основывается на демократии, где верховенство закона основывается на уважении основных прав.
3. Способствует занятости в экономике, сила которой основана на образовании, инновациях, социальной сплоченности и защите здоровья человека и окружающей среды (ЕАОС).

Соответственно, реализация устойчивого развития потребует прогресса в трех областях, хорошо известных как три (3) столпа устойчивого развития, которые являются экологическими, экономическими и социальными.

Эти три фундаментальных столпа взаимосвязаны настолько, что действия в одной области могут способствовать достижению целей в другой. Таким образом, это указывает на важность и общую цель достижения интеграции и баланса между тремя столпами устойчивого развития. Соответственно, стремясь к балансу между основными направлениями, мы, по сути, пытаемся достичь устойчивости, стремясь быть:

Терпимо (Общество + окружающая среда = Терпимо), при этом общество работает над корректировкой образа жизни. При этом мы осознаем наше

влияние и впоследствии вносим свой вклад в улучшение состояния окружающей среды и благополучия.

Равноправный (Общество + экономика = равноправие), позволяющий в полной мере обеспечить равную и справедливую долю национальных ресурсов для своего населения. Таким образом, обеспечивая справедливое распределение, мы помогаем искоренить бедность, социальное неравенство и повысить уровень жизни общества.

Жизнеспособный (Экономика + Окружающая среда = Жизнеспособный), когда нация стремится обеспечить экономический рост и развитие, в то время как операции осуществляются с учетом охраны окружающей среды. Таким образом, инвестиции должны быть осуществимыми, чтобы обеспечивать себя, создавать рабочие места, вносить вклад в ВВП и защищать окружающую среду от вреда.

Таким образом, для достижения устойчивости мы должны найти баланс между тремя столпами в отношении того, чтобы быть жизнеспособными, справедливыми и терпимыми. Тем самым способствуя посредством устойчивого развития сокращению масштабов нищеты, гендерному равенству, наращиванию потенциала, экологически чистым технологиям, четкой институциональной структуре, экономическому росту и развитию, устойчивому биоразнообразию (защита и сохранение экологических услуг). Это, в свою очередь, помогает нации развиваться и ориентироваться на краткосрочные перспективы с долгосрочным видением.

Список использованной литературы:

1. Макконнелл, Кэмпбелл et.al . (2002), Экономические принципы, проблемы и политика. Нью-Йорк: McGraw-Hill Irwin.
2. Попп, Дэвид Экономика экологической политики: лекции
3. Серагельдин, Исмаил et.al (2004), Делая развитие устойчивым: от концепций к действиям. Серия статей об экологически устойчивом развитии № 2. Вашингтон, округ Колумбия: Всемирный банк.
4. WCED (2003), Наше общее будущее. Оксфорд: Издательство Оксфордского университета.
5. ЕАОС (2006), Устойчивое развитие: политика и руководство для ЕАОС и Норвежского финансового механизма.

ӘОЖ 65.011.56

"АҚЫЛДЫ" ШЕШІМДЕР ҚАБЫЛДАУДЫ АВТОМАТТАНДЫРУ ТӘУЕКЕЛДЕРІ

Джумабек А.К., Жолдасбеков А.М., Қазы А.Ғ.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Агабеков А.Ю.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Тема рисков автоматизации в принятии «умных» решений, особенно актуальна в современном мире, неотъемлемой частью которого является цифровизация

всех сфер жизни общества. Сегодня человек во всем старается упростить свою жизнь: начиная с роботов на производстве, заканчивая дистанционным управлением бытовыми приборами. Принятие решений также стремятся упростить, однако такое упрощение порождает новые риски, которые нужно решать, минимизировать, и, в лучшем случае, предотвращать.

Summary: The topic of the automation of risks in making "smart" decisions is especially relevant in the modern world, an integral part of which is the digitalization of all spheres of society. Today, a humanity is trying to simplify life in everything: from robots in production to remote control of household appliances. Decision making is also sought to simplify, but this simplification creates new risks that need to be addressed, minimized, and, at best, prevented.

Кіріспе. Бүгінде адам өз өмірін барлық жағынан жеңілдетуге тырысады: өндірістегі роботтардан бастап, тұрмыстық техниканы қашықтан басқаруға дейін. Шешім қабылдау да жеңілдетуге тырысады, бірақ мұндай жеңілдету шешілетін, азайтылатын және ең жақсы жағдайда алдын алатын жаңа тәуекелдерді тудырады.

Өзектілігі. "Ақылды" шешімдер қабылдаудағы автоматтандыру тәуекелдерінің тақырыбы, әсіресе, қазіргі әлемде өзекті болып табылады, оның ажырамас бөлігі өнеркәсіптен бастап әлеуметтік салаға дейінгі қоғам өмірінің барлық салаларын цифрландыру болып табылады.

Мақсат-шешімдерді әзірлеу, қабылдау және іске асыру принциптері мен әдістерін, оларды автоматтандыру мен тәуекелдерді түсіну.

Жұмыстың міндеттері: осы тақырып бойынша ақпараттық дереккөздерді игеру, автоматтандырылған шешім қабылдауға байланысты тәуекелдерді зерттеу.

Ғылыми жаңалық. Зерттеу барысында басқару шешімдерін қабылдауды автоматтандыру құбылысы зерттелді, осы тенденцияның тәуекелдері қарастырылды, сонымен қатар Ресейде бұл бағыттың қаншалықты белсенді жүзеге асырылатындығы туралы түсінік берілді. Бұл жұмысты компаниялардың процестерін автоматтандырудың теориялық негізі ретінде және автоматтандырылған жүйелердің осалдықтарын бақылау және іздеу бойынша практикалық ұсыныстар ретінде пайдалануға болады.

Негізгі ұғымдар. Шешім-белгілі бір себептермен жасалған мақсатты операциялардың белгілі бір жиынтығы. Көбінесе бұл проблеманы шешу үшін немесе белгілі бір қызметті дамыту үшін, мысалы, өндірістегі ассортимент желісін кеңейту үшін қабылданады.

Бұл жұмыстағы маңызды ұғым-тәуекел ұғымы. Ол қате шешімнің, мақсаттан ауытқудан туындауы мүмкін шығындардың қаупін білдіреді. Тәуекел-тиісті шешімді іске асырудан туындаған ресурстарды жоғалту, кірістерді алмау немесе жоғалту, басқа қолайсыз жағдайдың туындауы немесе өндірістік-шаруашылық немесе басқа қызметтің сәтсіз аяқталуы мүмкін мүмкіндігі [1].

Шешімдердің көпшілігі көп балама және ықтималдық сипатқа ие. Жағдайдан шығудың жалғыз жолын таңдау қажеттілігі үнемі туындайды, бірақ бұл немесе басқа шешім қандай салдарға әкелетінін ешқашан жүз пайыз

ықтималдықпен білу мүмкін емес. Тәуекел жағдайында шешім қабылдау туралы айтатын болсақ, жағдайдың нәтижесінің нұсқаларының әрқайсысы белгілі бір дәрежеде болжанатын және белгілі бір тәуекел пайызына ие болатын жағдайды білдіреді, ал жағдайдың кейбір шешімдері басқаларға қарағанда агент үшін қолайлы. Шешім қабылдаудағы басты міндеттердің бірі-барлық ықтимал тәуекелдерді есепке алу және оларды азайту немесе толығымен болдырмау жолдарын қарастыру.

Егер шешім қабылдау кезінде көптеген әртүрлі, соның ішінде жағдайды дамытудың қолайсыз сценарийлері егжей-тегжейлі қарастырылса, егер барлық ықтимал тәуекелдер өлшенсе, ұсынылған әрекеттердің әр қадамы ойластырылса, сондай-ақ сәтсіздікке ұшыраған жағдайда қосалқы қадамдар есептелсе, онда "ақылды" шешім қабылданды деп айтуға болады.

Болашақта жұмыс істейтін "ақылды" шешім терминін енгізейік: ақылды шешім-мақсатқа мүмкіндігінше тез, қауіпсіз және арзан қол жеткізуді қамтамасыз ететін іс-шаралар кешені.

Бүгінгі таңда осы процестердің тиімділігін арттыруға қабілетті ақпараттық технологияларды қолдана отырып, осындай шешімдерді әзірлеу және қабылдау өте кең таралған. Әрине, шешім қабылдаудың бүкіл процесін автоматтандыру мүмкін емес, өйткені көбінесе адамның жеке қасиеттері, тәжірибесі, біліктілігі және тіпті шешім қабылдаушының түйсігі қажет, бірақ автоматтандыру бұл процесті едәуір жылдамдатады және жеңілдетеді, күнделікті операцияларды орындайды, қателіктерді азайтады, ақпаратқа қол жеткізуді жеңілдетеді және тіпті жағдайды шешудің ең жақсы нұсқаларын ұсынады.

Тұтастай алғанда, автоматтандыру уақтылы және барабар шешімдер қабылдауға ықпал ететін болжаудың, нұсқаларды таңдаудың және ұйымның жағдайын талдаудың қуатты құралы болып табылады.

Шешім қабылдауды автоматтандыру тәсілдері

Автоматтандырылған шешім қабылдаудың көптеген нұсқалары бар, бірақ әлі де негізгі деп атауға болатын екі тәсіл бар: Аналитикалық (рационалды) және статистикалық (табиғи).

Аналитикалық тәсіл мінез-құлықтың формальды және жалпыланған заңдылықтарына негізделген. Жүйеде алдын-ала шешім қабылдаудың белгілі бір үлгісі бар, оны математикалық модель түрінде де, бизнес ережелері немесе арнайы Алгоритмдер түрінде де жүзеге асыруға болады.

Шешімдерді қолдаудың аналитикалық жүйесінің артықшылығы-бұл жүйенің басынан бастап өз жұмысын бастау мүмкіндігі, өйткені іс-әрекеттің барлық тәртібі алдын-ала бағдарламаланған. Сонымен қатар, олар болжамды, белгілі бір шешімдердің не үшін қабылданғанын түсіндіре алады, бұл машинаның жұмысында тосыннан аулақ болуға көмектеседі. Жүйенің қарапайымдылығынан шығатын тағы бір артықшылығы-оны компьютерлерде іске асыру кезінде оның жоғары өнімділігі.

Екінші жағынан, мұндай жүйелер жеткілікті тар бағытталған және оларды тек белгілі бір тапсырмалар шеңбері үшін пайдалануға болады. Сонымен қатар,

аналитикалық жүйелер көбінесе динамикалық емес және уақыт өте келе олардың жұмыс сапасын автоматты түрде жақсартып алмайды. Бұл жағдайда Сіз енгізілген алгоритмді қолмен түзетуіңіз керек немесе оны толығымен қайта жазуыңыз керек. Аналитикалық тәсілдің тағы бір қаупі оның қателіктерге тұрақсыздығы болып табылады: егер сапасыз шешім қабылдау үшін кіріс болса, онда шешім де сапасыз болуы мүмкін [2].

Статистикалық тәсіл, өз кезегінде, белгіленген үлгі үлгісін қажет етпейтіндігімен ерекшеленеді. Жүйе оны іске асыру барысында тікелей оқытылады, бұрынғы басқару шешімдеріне, қойылған мақсаттарға және ситуациялық ақпаратқа сүйене отырып, ұқсас жағдайларда болашақ басқарушы шешімдерді болжау үшін модель автоматты түрде жасалады.

Шешімдерді қолдаудың статистикалық жүйесінің басты артықшылығы оның әмбебаптығы деп атауға болады. Мұндай жүйелер шешімдердің әртүрлі түрлерін дербес құру, сыртқы жағдайлар өзгерген кезде немесе олардың жұмыс сапасын жақсарту үшін модельді автоматты түрде құру және қайта есептеу әдістері болып табылады. Статистикалық жүйелер қателіктерге төзімді, қиын жағдайлардан өз бетінше шыға алады, сапасыз немесе перспективасыз болып көрінетін бастапқы нұсқаларда да қолайлы шешімдер таба алады.

Статистикалық жүйелердің басты кемшілігі-олардың көлемділігі мен баяулығы. Олар басынан бастап толық күшіне енбейді, жағдайды талдау үшін бастапқы ақпаратты, басқару шешімдерінің тарихын және ресми түрде анықталған мақсаттар жиынтығын талап етеді. Сонымен қатар, көбінесе мұндай жүйелер қабылданған шешімнің қалыптасу барысын түсіндірмейді, бірақ бұл мәселеде ерекше жағдайлар бар, мысалы, шешім ағаштарының модельдері.

Қазіргі тәжірибеде статистикалық тәсілге басымдық беріледі, өйткені оның күрделілігіне және ресурстарды көп қажет ететініне қарамастан, ол стандартты емес жағдайдан шығудың жолын таба алады. Айта кету керек, технологияның қазіргі деңгейінде мүлдем ерекше және ерекше шешімдер қабылдауды автоматтандыру әдісі әлі жоқ, мұнда әлі де адамның ақыл-ойынсыз жасай алмайсыз.

Тәуекелдерді жіктеу. Шешім қабылдау процесінде сіз әртүрлі тәуекел түрлерінің жиынтығына тап болуыңыз мүмкін. Оқу әдебиеттерінде шешім қабылдау кезінде тәуекелдердің бірнеше жіктелуі бар, бұл тәуекел ұғымының түсініксіздігінен туындайды. Сондықтан тәуекелдердің нақты топтарын бөліп көрсету үшін олардың әртүрлі критерийлері бойынша жіктеулер жүргізіледі: объектінің типі бойынша, залал себебінен, теріс салдарлардың типі бойынша, тәуекелге ұшырау сипаттамасы, нәтижелердің ерекшелігі, тәуекелдердің пайда болу орны және т. б. [3].

Бірнеше классификацияны толығырақ қарастырайық. Мысалы, критерий ретінде объектінің түрін ала отырып, меншікке байланысты тәуекелдерді (әдетте мүліктің нақты құнын көрсететін ақшалай түрде көрсетіледі), кірістермен (кірістерді құру немесе оларды бөлу контекстінде пайда болады, болашақта табыс табудың мүмкін нұсқаларының өзара эксклюзивті баламалары негізінде бағаланады), қызметкерлермен (әдетте бағаланады немесе

жауапкершілікпен (оқиғалардың күтпеген дамуына байланысты туындайтын жауапкершілікпен анықталады).

Оларды болжау мүмкіндігіне сәйкес тәуекелдерді екі топқа бөлуге болады: болжамды және болжанбаған. Бірінші топқа экономиканың циклдік сипатына, шешім қабылданатын саланың болжамды дамуына байланысты тәуекелдер енгізілуі мүмкін. Болжамдылық салыстырмалы, өйткені егер нәтиже 100% белгілі болса, онда оны тәуекел деп санауға болмайды. Екінші топқа сәйкесінше оқиғалардың дамуының толық болжанбайтын нұсқалары кіреді, мысалы, форс-мажорлық жағдай.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кудрявцев А.А. Управление рисками / Кудрявцев А.А., Чернова Г.В.; учебное пособие. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 160 с.
2. Лапыгин Д.Ю. Управленческие решения: учебное пособие / Лапыгин Д.Ю., Лапыгин Ю.Н. – М.: Изд-во Эксмо, 2010. – 391 с.
3. Нигматуллин Р. А. Автоматизация принятия управленческих решений на основе экспертных оценок / Нигматуллин Р. А. // Российское предпринимательство. – 2011. - N 7. – С. 34-39

УДК 419

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Дуаш Е.Е., Абдулла К.Е., Отепбай М.Б.

Научный руководитель – магистр, старший преподаватель Бокушева С.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада экономиканың тұрақтылық критерийлері, атап айтқанда оның экономикалық тұрақтылығы туралы ұсыныстар тұжырымдалған.

Summary: The article formulates proposals on criteria for the sustainability of the economy, in particular its economic sustainability.

Каждое общество можно охарактеризовать как состоящее из четырех измерений: экономического, социального, экологического и институционального. Каждый из них представляет собой сложную, динамичную, самоорганизующуюся и развивающуюся сущность сам по себе, что делает объединенную систему чрезвычайно сложной. Чтобы эта система была устойчивой, каждая из четырех подсистем должна сохранять свою способность выживать и развиваться, в то время как взаимосвязи подсистем должны обеспечивать постоянную коэволюцию.

Поиск подходящего уровня сложности описаний и моделей является необходимой предпосылкой адекватного анализа и предотвращения неверных прогнозов. Поскольку этот уровень сложности выходит за рамки аналитических возможностей современных экономических теорий, перспектива системного анализа представлена как основа для обсуждения совместной эволюции экономики, общества и природы. В этом контексте экономическая, Можно определить социальную, экологическую и институциональную устойчивость

экономики, а экономические теории можно оценить на предмет их полезности для описания сложной развивающейся системы, такой как экономика. К сожалению, пока мало применений довольно абстрактного системного анализа сложных развивающихся систем в экономике. Следовательно, прежде чем использовать его для оценки устойчивости процессов экономического развития, необходимо определить устойчивость таких систем. В этом смысле существования теории Востока, предоставляющей средства для оценки устойчивости экономической системы, хотя и на довольно абстрактном уровне.

На основе теории систем и ориентиров в статье сформулированы предложения по критериям устойчивости экономики, в частности ее экономической устойчивости. Можно определить экологическую и институциональную устойчивость экономики, а экономические теории можно оценить на предмет их полезности для описания сложной развивающейся системы, такой как экономика. К сожалению, пока мало применений довольно абстрактного системного анализа сложных развивающихся систем в экономике. Следовательно, прежде чем использовать его для оценки устойчивости процессов экономического развития, необходимо определить устойчивость таких систем. В этом смысле существования теории Востока, предоставляющей средства для оценки устойчивости экономической системы, хотя и на довольно абстрактном уровне. На основе теории систем и ориентиров в статье сформулированы предложения по критериям устойчивости экономики, в частности ее экономической устойчивости. Можно определить экологическую и институциональную устойчивость экономики, а экономические теории можно оценить на предмет их полезности для описания сложной развивающейся системы, такой как экономика. К сожалению, пока мало применений довольно абстрактного системного анализа сложных развивающихся систем в экономике. Следовательно, прежде чем использовать его для оценки устойчивости процессов экономического развития, необходимо определить устойчивость таких систем. В этом смысле существования теории Востока, предоставляющей средства для оценки устойчивости экономической системы, хотя и на довольно абстрактном уровне.

Устойчивое развитие – это то, как мы должны жить сегодня, если хотим лучшего будущего, удовлетворяя нынешние потребности, не ставя под угрозу шансы будущих поколений удовлетворить свои потребности. **Выживание наших обществ и нашей общей планеты зависит от более устойчивого мира.** Это что-то вроде жонглирования. В воздухе должны держаться одновременно три разных мяча: экономический рост, социальная инклюзивность и защита окружающей среды. Если один или два упадут на землю, спектакль окончен. Например, экономика может расти быстрыми темпами – но только до тех пор, пока большинство людей остаются бедными, а все природные ресурсы истощены.

Там, где развитие является устойчивым, каждый имеет доступ к достойной работе, качественному здравоохранению и

образованию. Использование природных ресурсов позволяет избежать загрязнения и необратимых потерь для окружающей среды. Выбор государственной политики гарантирует, что никто не останется позади из-за неблагоприятных условий или дискриминации.

Если вы хотите понять, почему устойчивое развитие так важно в реальном мире, просто посмотрите вокруг. В среднем во всем мире люди живут дольше и имеют более высокие доходы. Однако во многих случаях развитие является *неустойчивым*. Это привело нас к изменению климата. Разрушение окружающей среды. Конфликт. Бедность и голод. Огромное неравенство и социальная нестабильность.

Неустойчивое развитие происходит, когда люди гонятся за немедленной выгодой, не думая о вреде другим людям или планете. Зачастую краткосрочные выгоды затмеваются долгосрочными издержками. Это тот случай, когда кто-то вырубает целый лес, чтобы получить быструю прибыль – даже если экосистема разрушается, исчезающие виды вымирают, а местные сообщества подвергаются постоянному риску разрушительных наводнений.

В 2015 году государства-члены ООН воплотили свое видение устойчивого развития в план его достижения: Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Его 17 целей устойчивого развития – с амбициозными задачами, которые необходимо достичь к 2030 году – охватывают три измерения устойчивого развития: экономику, социальное развитие и окружающую среду.

Однако на полпути к нашему крайнему сроку — 2030 году — климатический кризис, слабая глобальная экономика, конфликты и затяжное воздействие COVID-19 поставили цели под угрозу.

Согласно докладу ООН «Цели устойчивого развития 2023: специальное издание», число людей, живущих в крайней нищете, в 2020 году выросло до 724 миллионов, и теперь до гендерного равенства осталось около 300 лет. Межправительственная группа экспертов по изменению климата (МГЭИК) предупреждает, что без более решительной политики во всех секторах мир, скорее всего, преодолеет критический переломный момент в 1,5°C к 2035 году.

Однако еще не поздно возобновить усилия по их достижению. Для продвижения повестки устойчивого развития правительства интегрируют Цели в национальные планы. Однако необходим фундаментальный сдвиг, чтобы направить мир на лучший путь. И поскольку для реализации Повестки дня на период до 2030 года осталось семь лет, это необходимо сейчас.

Саммит по ЦУР, который пройдет в штаб-квартире ООН 18-19 сентября 2023 года, станет решающим моментом для мировых лидеров, чтобы подтвердить свои обязательства и добиться прорывов, в которых отчаянно нуждается наш мир. Саммит предоставит возможность проанализировать прогресс и пробелы в достижении Целей и будет направлен на предоставление политического руководства на высоком уровне в отношении

преобразовательных и ускоренных действий по достижению Целей к их конечному сроку 2030 года.

Это зависит не только от наших мировых лидеров. Каждый человек может извлечь выгоду из более процветающего, инклюзивного и устойчивого мира. Мы все можем что-то с этим сделать, независимо от того, состоим ли мы в правительстве или гражданском обществе, ведем бизнес или занимаемся домом, учимся в школе или нет.

В то время как правительства определяют политику, направленную на управление устойчивым развитием, а государственный и частный секторы должны финансировать необходимые серьезные изменения, отдельные решения быстро складываются. Ваш выбор: зарабатывать на жизнь, передвигаться, заводить друзей или выступать за справедливость – все это может оказать влияние. Хотите знать больше? Узнайте, как вы можете действовать сейчас для нашего общего будущего. Примите возможное.

Список использованной литературы:

1. Новейший философский словарь: 2-е изд. перераб. и доп. Мн.: Интерпрессервис: Книжный дом, 2021. 1280 с.

2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 2005. 455 с.

3. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. М.: ЗАО «Финстатинформ», 2020. 474 с.

4. Сухарев О.С. Экономика будущего: теория институциональных изменений. М.: Финансы и статистика, 2011. 432 с.

5. Ушакова Э.Т. Теоретические подходы к выбору. Финансы и статистика, 2021. 432 с.

ӘӘК 330.06.71.47

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ АУМАҒЫНДА ЭКОЛОГИЯЛЫҚ- ЭТНОГРАФИЯЛЫҚ ТУРЛАРДЫҢ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ

Магистрант Ежбанов Б. И., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Оралов А.Қ.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Понятие этнокультурного туризма становится все более популярным. Развитие новых маршрутов, составление технологических карт экскурсий позволит планомерно развивать этот вид туризма на территории страны. Этнокультурный туризм как совокупность туристских практик, отражающих различные аспекты жизни человека в культуре, играет ключевую роль в разнообразии межкультурных отношений, знакомстве с региональными культурами и знании традиционных подходов, ценностей и народных верований.

Summary: The concept of ethnocultural tourism is becoming more and more popular. The development of new routes, the compilation of technological maps of excursions will allow the systematic development of this type of tourism in the country. Ethnocultural tourism as a set of tourist practices reflecting various aspects of human life in culture plays a key role in the diversity of intercultural relations, familiarity with regional cultures and knowledge of traditional approaches, values and folk beliefs.

Қазіргі уақытта жаһандану процесі қазіргі қоғамның барлық салаларына әсер етеді. Объективті түрде, бұл процесс туристік ағымның едәуір бөлігі туристік белсенділіктің мәдени себептеріне ие болған кезде әртүрлі елдер арасындағы туристік байланыстарды қалыптастыруға және дамытуға ықпал етеді.

Қоғамның құндылық бағдарлары, оның айрықша сипаттамалары, экзотикалық және бірегейлігі ерекше қызығушылық тудырады, яғни. бір халықтың мәдениетін екіншісінен айтарлықтай ажырататын нәрсе немесе олардың тарихи дамуында болып жатқан сапалық өзгерістер.

Этномәдени туризм ұғымы барған сайын танымал бола түсуде. Жаңа маршруттарды дамыту, экскурсиялардың технологиялық карталарын жасау еліміздің аумағында туризмнің осы түрін жоспарлы түрде дамытуға мүмкіндік береді. Этномәдени туризм мәдениеттегі адам өмірінің әртүрлі бөліктерін көрсететін туристік тәжірибелердің жиынтығы ретінде мәдениетаралық қарым-қатынастың алуан түрлілігінде, аймақтық мәдениеттермен танысуда және дәстүрлі тәсілдерді, құндылықтар мен танымал нанымдарды білуде шешуші рөл атқарады.

Этномәдени туризмнің негізі мәдени мұраның өзі, атап айтқанда, орны толмас құндылықтың рухани, мәдени, экономикалық және әлеуметтік капиталы болып табылады. Мұра қазіргі ғылымды, білімді, мәдениетті нәрлендіреді. Табиғи байлықпен қатар бұл ұлттық өзін өзі бағалау мен әлемдік қоғамдастықтың мойындауының басты негізі.

Осылайша, этномәдени және этнографиялық туризмнің негізінде ел мұрасының алуан түрлілігі жатыр, бұл ретте бір мемлекеттің шеңберімен шектелмеген бірегей, көрнекті құндылығы бар объектілердің маңыздылығын мойындаудың ең жоғары деңгейі ретінде дүниежүзілік табиғи және мәдени мұраға ерекше назар аударылады [1].

Қазақстанның мәдени және табиғи алуан түрлілігі салыстырмалы жаңа бағыт-экологиялық-этнографиялық туризмді қалыптастыру мен дамыту үшін негіз болып табылады. Бүгінгі таңда табиғи және мәдени мұраны әлемдік деңгейде де, ұлттық деңгейде де қорғау ерекше назар аударуды қажет етеді. Дүниежүзілік табиғи және мәдени мұра тұжырымдамасын ресімдеу кезінде болған халықаралық конвенциялар, ұсынымдар, қарарлар және мұра мәселелеріне арналған басқа құжаттар, әрине, әлем халықтарының көз алдында олардың қай халыққа жататынына қарамастан бірегей объектілерді сақтаудың маңыздылығын көрсетті. ЮНЕСКО-ның ресми сайтында орналастырылған статистикалық мәліметтерге сәйкес, 2021 жылғы жағдай бойынша Дүниежүзілік мұра тізімінде - 1154 объект, оның 3-і алынып тасталды, 52-сі қауіп төніп тұр, 40 объектінің трансшекаралық мәртебесі, 897 мәдени, 218 табиғи, 39 аралас ЮНЕСКО-ның дүниежүзілік мұраны қорғау туралы конвенциясына мүше 167 елде мәдени және табиғи мұра. Қазақстанда бұл тізімге 5 объект кірді, олар Қожа Ахмет Ясауи кесенесі, Тамғалы археологиялық ландшафтындағы петроглифтер, Сарыарқа – Солтүстік Қазақстанның даласы мен көлдері, Жібек жолы: Чаньян-Тяньшань дәлізі, Батыс

Тянь-Шань бағыттарының желісі. Объектілердің әрқайсысы дүниежүзілік мәдени, табиғи, тарихи мұраның сипаттамаларына сәйкес келеді, ал оларды танымал ету мақсатында әзірленетін туристік маршруттар оларды сақтауға және халықтың қалың бұқарасы арасында таратуға бағытталған [2].

Экологиялық-этнографиялық туризм - бұл бірнеше ұғымдарды біріктіретін салыстырмалы түрде жаңа термин, оның негізінде экологиялық және этнографиялық (этномәдени) туризмнің екі бағыты бар. Жаһандану дәуірінде этностар арасындағы шекаралар жұқарып, түпнұсқалықтың құндылығы артып, табиғи мұра объектілері мен туризмнің экологиялық құрамдас бөлігі алдыңғы қатарға шыққан кезде, экологиялық-этнографиялық туризм әлемде барған сайын танымал бағытқа айналуға және бүгінде оның көптеген түсіндірмелері бар.

Экологиялық-этнографиялық туризмнің мақсаты - белгілі бір этностың табиғи өмір сүру ортасындағы дәстүрлеріне, әдет-ғұрыптарына, мәдениетіне баулу, сонымен қатар табиғат объектілері мен тарихи-мәдени мұралардың үйлесімін білдіреді. Сонымен қатар, бұл бүгінгі күні толығымен жоғалуы мүмкін нәрсені сақтау тәсілі. Бұл әсіресе бүкіл әлем үшін ерекше, ерекше құндылығы бар табиғат, мәдениет және тарих объектілеріне қатысты, өйткені олар бүкіл әлем үшін елдің табиғи және мәдени-тарихи дамуының ерекшеліктерін сақтайды.

Сонымен, «Дүниежүзілік мұра» феномені шекараны білмейді, бұл құндылығы бір мемлекеттен асып түсетін әлемнің барлық мәдени және табиғи мұра ескерткіштерін біріктіретін халықаралық ұғым. Оның басты мақсаты-прогрессивті жаһандану жағдайында мәдени және табиғи мұра объектілерін сақтау және танымал ету [3].

Қазіргі уақытта бұл «экологиялық-этнографиялық туризм» терминін туристке бір немесе бірнеше мемлекет шеңберінде тарихи табиғи аумақта тұратын белгілі бір халықтың мәдениетіне, дәстүрлеріне, әдет-ғұрыптарына «енуге» мүмкіндік беретін туризмнің ерекше бағыты ретінде анықтауға болады.

Бұл терминдер қалыптасады және бірқатар ерекшеліктерге ие, бірақ, сөзсіз, туризмнің бұл түрлерінің негізінде этнографиялық туризмді дамытудың теориялық негізін дайындауға мүмкіндік беретін ғылым-этнография жатыр, еңбектері туризм индустриясының осы бағытының теориялық және әдіснамалық негізіне айналған этнограф мамандардың, зерттеушілердің еңбектері айтарлықтай әсер етті. Ғылыми негізге ие бола отырып, этнографиялық туризм көптеген елдерде белсенді дамып келеді және тарихи-мәдени мұра ескерткіштерінің сақталуына ықпал етуге, сондай-ақ адамзат өмірінің барлық салаларына әсер ететін жаһандану процестерінің жағымсыз жақтарын бәсеңдетуге мүмкіндік береді.

Этникалық топ немесе этникалық топ - бұл дәстүрлердің, шығу тегінің, тілінің, тарихының, қоғамның, мәдениеттің, ұлттың, діннің жалпы жиынтығы сияқты басқа топтардан ерекшеленетін жалпы атрибуттар негізінде бір-бірімен сәйкестендіретін адамдар тобы. немесе олар тұратын аймақтағы әлеуметтік қатынас. «Этнос өмірінің» өнімі, сөзсіз, материалдық және материалдық емес

мәдениеттің объектілері болып табылатын әртүрлі ескерткіштер болып табылады, олар аймақтық және халықаралық деңгейде халықтың мұрасын толық көрсететін және насихаттайтын жаңа маршруттарды құру үшін «негізге» айналады. Халықтың мәдени, табиғи, тарихи материалдық және материалдық емес мұрасы-бұл тек ұқыпты қарауды ғана емес, оны сақтау шараларын да қажет ететін ресурс [4].

Отандық ғылымда материалдық мәдени мұра ұзақ уақыт бойы "ескерткіш"терминінің синонимі ретінде қабылданды. Біздің ойымызша, материалдық (сонымен қатар рухани) мәдени мұра - бұл синергетикалық заңдарға бағынатын, қоршаған ортамен белсенді әрекеттесетін және уақыт пен кеңістікте өзгертін белгілі бір ақпаратты жеткізетін күрделі әлеуметтік-мәдени жүйе. Сонымен, экологиялық-этнографиялық туризм контекстіндегі мәдениет туризмнің осы бағытын дамытудың негізі ретінде қарастырылады, мұнда тарихи-мәдени мұраға көзқарас белгілі бір аймақтың, мемлекеттің немесе тіпті әлемнің қазіргі, тұрақты дамуымен үйлеседі. Халықтың мәдени және табиғи мұрасы-бұл халықтардың өткен өмірі, олардың тарихи дамуы, қазіргі жағдайы және танымал болу перспективалары туралы естелік.

Экскурсиялық және туристік қызметті, әсіресе тарихи-мәдени бағытты дамыту үшін белгілі бір аймақтың мәдени және табиғи мұрасын зерттеу үлкен маңызға ие. Мұра мәселесі мәдени әртүрлілікті сақтаудағы маңызды рөліне байланысты, демек, қазіргі қоғамның тұрақты дамуы өте өзекті болып табылады. Мұра мәселелері пәнаралық сипатқа ие. Бұл ретте мәдени және табиғи мұра ұлтаралық келісімнің маңызды факторы болып саналады, өйткені Қазақстан Республикасы көп этникалық (көпұлтты) мемлекет болып табылады [5].

Экологиялық-этнографиялық бағыттағы туристік-экскурсиялық маршруттың технологиялық картасын жасау әдісі қазіргі уақытта экскурсиялық Әдістеменің ерекшеліктерін ескере отырып, маршрут туралы ақпаратты барынша тұтас және жоспарлы түрде дайындауға мүмкіндік береді.

Осылайша, бұл әдістер «Түркістан» экологиялық-этнографиялық бағыттағы жаңа оқу-жаттығу, туристік - экскурсиялық маршрут құру үшін қажет болды – «Турим» білім беру бағдарламасының студенттері арасында ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұрасын белсенді түрде насихаттауға мүмкіндік беретін «ғасырлар жаңғырығы» оқу процесінің бір бөлігі болып табылады және қазірдің өзінде экологиялық және этнографиялық туризм, экологиялық қауіпсіз туризм және тұрақты даму мақсаттары қағидаттарын ескере отырып әзірленген Оңтүстік Қазақстанның ішкі және келу туризмі үшін туристік ұсыныс ретінде белсенді енгізілуде.

Қазақстан Республикасының Дүниежүзілік мұра объектілерін ілгерілетудің маңызды факторы қоғамның сұраныстарын ескере отырып, экологиялық-этнографиялық бағыттағы жаңа туристік ұсыныстарды әзірлеудің кезең-кезеңімен процесі болып табылады, ол басым объектілерді анықтауды, оларды практикалық оқыту процесінде сынақтан өткізуді және кейіннен жаңа туристік өнім ретінде сатуды қамтуы тиіс. Осы тәсілді іске асыру үшін зерттеу

авторлары, туризм және туристік білім беру саласының мамандары келесі іс-қимыл алгоритмін әзірледі:

1. Нәтижесінде мүдделі және ықтимал мүдделі респонденттер арасында әлеуметтік сауалнама жүргізу.

2. Оқу-жаттығу туристік-экскурсиялық маршрутын әзірлеу.

3. Маршруттың ерекшелігін, туристік қызығушылық объектілерін, әдістемелік ұсынымдар мен түсіндірмелерді ескере отырып, туристік-экскурсиялық маршруттың эталондық технологиялық картасын дайындау.

4. Туристік фирмалардың қызметіне маршрутты жаңа туристік ұсыныс ретінде енгізу.

Осылайша, осы алгоритм шеңберінде әзірленген маршрут еліміздің туристік брендин ілгерілетудің және экологиялық-этнографиялық туризм шеңберінде тәжірибеге бағдарланған туристік білім беру сапасын арттырудың белсенді құралы болып табылатын Қазақстан аумағындағы ЮНЕСКО объектілеріне оқу-жаттығу, туристік-экскурсиялық маршрут дайындауға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1 Родина Е.А. Брендинг в системе управления промышленным предприятием // Известия ВолгТУ. - Вып.11 (138). - Том 19. – 2014

2 Голубков Е.П. Еще раз о понятии «бренд» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 2

3 Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2013. – 252с

4 Крейнер С., Дирлав Д. Бренды, которые изменили бизнес / Пер. с англ. – М., 2015.

5 Старов С.А. Бренд: понятие, сущность, эволюция // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-ponyatie-suschnost-evolyutsiya-1>

ОӘЖ 657.2/32

КӘСПОРЫНДАРДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ШЫҒЫНДАР ЕСЕБІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Еникеева А.Г., Утелов Т.Б., Джунисова Ж.А.

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор – Агабекова Г.Н.

Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В данной статье рассматриваются особенности инновационного учета затрат на предприятиях.

Summary: This article examines the features of innovative cost accounting in enterprises.

Тек бухгалтерлік есеп жүйесінде ғана кәсіпорынның шығындары туралы ақпаратты толық, уақтылы және дұрыс құруға болады [1], сондықтан инновациялық қызметке жұмсалатын шығындарды сәтті басқару үшін оларды көрсету жүйесін әзірлеу қажет. инновациялық қызмет ерекшеліктеріне сәйкес келетін бухгалтерлік есеп шоттары.

Қазақстанның нарықтық экономикасындағы бухгалтерлік есеп тұжырымдамасында ішкі пайдаланушылар үшін ақпаратқа қатысты бухгалтерлік есептің мақсаты «басқару шешімдерін қабылдау үшін ұйымның басшылығына пайдалы ақпаратты генерациялау» ретінде анықталған. Ұйым басшылығы сыртқы пайдаланушыларға ұсынылатын ақпаратқа және жоспарлауға, талдауға және бақылауға қажетті әртүрлі қосымша ақпараттарға қызығушылық танытады».

Демек, шығындар есебінің мақсатын басқару шешімдерін қабылдау, шығындарды жоспарлау, талдау және бақылау үшін қажетті ақпаратты қалыптастыру және беру ретінде тұжырымдауға болады. Бірақ бұл тұжырым анық емес және келесі сұрақтарға жауап бермейді: «Басқару шешімдерін қабылдау үшін қандай нақты ақпарат қажет?», «Қандай көрсеткіштерді жоспарлау және талдау қажет?», «Бұл үшін не қажет?», «Бақылау .» шығындардың қандай түрлері үшін және қай контексте ол ең маңызды болып табылады?» және т.б.

Осы сұрақтардың барлығына жауаптарды тек инновациялық жоба мәселесін және оны шешу әдістерін көрсету арқылы алуға болады, бұл бухгалтерлік есеп тілінде ғылыми-техникалық қызмет нәтижелерін коммерцияландыруға (ҒТҚН) шығындарды есепке алу объектісін таңдауды білдіреді [2].

Шығындар есебінің объектілері болып олардың пайда болу орындары, біртекті өнімдердің түрлері немесе топтары табылады. Шығындар есебінің объектілері кәсіпорын, өндіріс, цехтар, учаскелер, шаруашылық бригадалар, агрегаттар, сатылар, қайта бөлу, тапсырыстар, жартылай фабрикаттар, дайын өнім, бригадалық жинақтар, біртекті өнімдер топтары, дайын өнім және т.б. [3].

Кәсіпорынның ағымдағы қызметінде нақты шығындар есебінің объектілерін таңдауға технологиялық процестердің ерекшеліктері, өндірілетін өнімнің техникалық параметрлері, өндіріс түрі, ішкі шаруашылық есептің жағдайы және т.б. айтарлықтай әсер етеді.

ҒЗТҚЖ-ны коммерцияландыру шығындарына қатысты аталған сипаттамалардың барлығы коммерцияландырудың негізгі мақсатына – жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған өнімді (тауар) нарыққа шығару арқылы ғылыми-техникалық нәтиже алуға инвестицияланған қаражатты ұлғайтуға бағынады. немесе қызмет көрсету), өндіру әдісі немесе жеткізу әдісі.

Инновациялық жобаның басқарушы персоналы жауап беруі керек негізгі сұрақ: «Нақты ҒЗТҚЖ коммерцияландыруды жалғастыру керек пе және қандай нысанда?». Жауапты жобаның жалпы ықтимал пайдасын жалпы шығындармен салыстыру арқылы табуға болады.

Сондықтан автордың пікірінше, инновациялық жобаны ҒЗТҚЖ-ны коммерцияландыру шығындарын есепке алу объектісі ретінде бөліп көрсету керек. Барлық байланысты шығындар (ағымдағы, күрделі немесе болашақ кезеңдер), сондай-ақ өндіріс шығындары мен оны сатудан алынған кіріс жобамен сәйкестендірілуі керек. Бұл аналитикалық есепте айналымнан тыс активтердің барлық түрлері, біртұтас ҒЗТҚЖ-ны коммерцияландырумен

байланысты барлық өнімді өндіру мен өткізуге жұмсалатын барлық шығындар жалпы аналитикалық сипатқа ие болуы керек дегенді білдіреді.

Бухгалтерлік есепте ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыру шығындарын жинақтау үшін автор басқарушылық есеп шоттарын, атап айтқанда шоттарды пайдалануды ұсынады. ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыруға жұмсалған шығындарды көрсету үшін шоттар жоспарының екінші ондығында бос шоттарды пайдалануды негізсіз деп санау орынды, өйткені олар «ұйымның қарапайым қызметіне жұмсалған шығындар туралы ақпаратты қорытындылауға» және инновациялық қызметке арналған. ондай емес, кездейсоқ жүзеге асырылады және негізгі қызметтен басқа мақсаттарды көздейді.

Автордың пікірінше, шығындарды элемент бойынша емес, түрі бойынша егжей-тегжейлі көрсету коммерцияландыруды жүзеге асыру кезінде басқару шешімдерін қабылдау үшін көбірек ақпараттандырады. Экономикалық элементтер бойынша шығындарды топтастыру қаржылық есеп беруді құру үшін, сонымен қатар ресурстың белгілі бір түрін пайдалануды бақылау үшін жүзеге асырылады.

Инновациялық жобаның әкімшілік және басқарушы персоналының негізгі міндеті оны жалғастырудың орындылығын анықтау болып табылады, сондықтан бағдарлама элементтері бойынша шығындарды топтастыру туралы деректер, әдетте, пайдасыз болады.

Сонымен қатар, айналымнан тыс активтер түрінде капиталдандырылған шығыстар туралы деректер қажет, олар инновациялық жоба аяқталған жағдайда жеке объектілер ретінде сатылуы мүмкін және жобаны сәтті жалғастыру және инновациялық тауарларды өндіру кезінде олар амортизация түріндегі өнімнің өзіндік құнына біртіндеп жатқызылады.

Сондай-ақ, инновациялық өнімнің өзіндік құнына тікелей енгізу кезінде немесе инновациялық өнімнің өзіндік құнына кіретін кейінгі кезеңдердегі шығындар туралы ақпарат қажет.

ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыру бойынша кейінге қалдырылған шығыстарды есептен шығару мерзімі олардың жүзеге асырылатын коммерцияландыру сатысына және оның аяқталуына қанша уақыт қалғанына қарай анықталуы керек. Мысалы, егер шығындар «Зерттеу және әзірлеу» кезеңдерінде болса немесе инновациялық өнімді өндіруді бастағанға дейін «енгізу», содан кейін шығыстар инновациялық өнімнің өзіндік құнына оны өндіруді бастағаннан бастап жаппай өндірісті бастағанға дейін енгізілуі керек.

Егер ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыру шығындарын кейінге қалдырылған шығыстарға жатқызу керек және олар сынақ сериясының басынан бастап жаппай өндірістің басталуына дейін жүргізілсе, бірақ онымен тікелей байланысты болмаса, онда шығындар олар пайда болған сәттен бастап бөлінуі керек. жаппай өндіріс басталғанға дейін.

Егер ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыру шығындары кейінге қалдырылған шығындар болып табылса және сериялық өндірісті дайындаумен байланысты болса, онда олар өндіріс басталған сәттен бастап ғана бөлінуі керек.

Кейінге қалдырылған шығындарды есептен шығару тәртібінің көрнекі көрінісі ұсынылған.

Болашақ шығындарды есептен шығарудың бұл тәртібін инновациялық жобалардың тәуекелділігінің жоғары дәрежесімен түсіндіруге болады: ағымдағы кезеңнің нәтижесі ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыру нәтижелерін болжау кезінде сенуге болатын максимум болып табылады.

Шығындарды есептен шығару мерзімін ұзартуды негіздеу қиын, өйткені шығыстарды есептен шығару аяқталғанға дейін инновациялық жоба әлі де іске асырылатынын дәлелдеу мүмкін емес.

Ерекшелік - есептен шығару мерзімі объективті түрде анықталуы мүмкін кейінге қалдырылған шығыстар. Мысалы, қызметтің белгілі бір түрін жүзеге асыруға арналған лицензияны ұстауға арналған шығыстар (лицензия әрекет еткен кезде шығыстар есептен шығарылады), несие алуға (шығыстар несиелік келісім күшінде болған кезде есептен шығарылады) және т.б.

ҒЗТКЖ-ны коммерцияландыруға байланысты барлық ағымдағы шығындар, олар пайда болған сәтте бірден «Инновациялық қызмет бойынша шығындар» кредиттік шотынан өндіріс құны немесе сатуға арналған шығыстар шоттарының дебетіне есептен шығарылады.

Автор инновациялық қызмет бойынша шығыстар туралы ақпаратты жинақтау үшін «Инновациялық қызмет бойынша шығындар» шотын және оған ашылған қосалқы шоттарды пайдалануды ұсынады. Бұл шот транзиттік болып табылады, ол бойынша баланс жоқ, ондағы айналым белгілі бір уақыт аралығында инновациялық қызметке жұмсалған ресурстардың құнын көрсетеді. «Инновациялық қызмет бойынша шығындар» шоты бойынша аналитикалық есеп әрбір жоба бойынша жеке жүргізіледі [4].

ҒЗТКЖ коммерцияландыру шығындарын есепке алу үшін автор әзірлеген әдістеме шығындарды ағымдағы, күрделі және болашақ шығындарға жіктеуді пайдалана отырып, арнайы бөлінген шоттағы шығыстар туралы ақпаратты жалпылауды қамтиды. Шығындарды есепке алудың бұл әдісінің артықшылықтары:

- шығындарды есепке алудың қазандық әдісінің кемшіліктерін бейтараптандыру;

- инновациялық жобаның жалпы шығындары туралы, сондай-ақ коммерцияландыру үшін арнайы сатып алынған (жасалған) жекелеген активтердің құны туралы ақпаратты алудың дұрыстығы мен уақтылығы;

- өндірілген өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, оларды инновациялық және ағымдағы құрамдас бөліктерге бөлу;

- ғылыми-техникалық нәтижелерді коммерцияландырудан түсетін кірістер мен шығыстарды салыстыру арқылы инновациялық жобаның жоспарларының орындалу дәрежесін анықтау үшін қолайлы ақпараттық база құру мүмкіндігі.

Шығындар есебінің осы принциптерін тәжірибеде қолдану халықаралық талаптарға сәйкес келетін және сыртқы пайдаланушылардың кең ауқымына арналған ашық есеп беру нысандарын дайындау үшін негіз бола алады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Неелова Н.В. Затраты на инновации в бухгалтерской и статистической отчетности организации // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 33. С. 43–54.
2. Шевелев А.Е. Организация бухгалтерского учета в современных условиях / А.Е. Шевелев // Вестник ЮУрГУ, № 3, 2013. Серия «Экономика и менеджмент» – Т.7. — с. 188-190.
3. Сахчинская Н.С. Учетная политика коммерческих организаций: методология формирования и механизм реализации: дис. док. эк. наук: 08.00.12: / Н.С. Сахчинская. – Тольятти.
4. Нурсеитов Э.О. Обзор состояния бухгалтерского учета и аудита в Казахстане. URL: <http://profa.kz/> (дата обращения: 04/02/2019).

УДК 658.3.07

РЫНОК ТРУДА КАЗАХСТАНА: НА ПУТИ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Еникеева Э.О., Тоқтамыс Н.Ф., Қошқар Д.Н.

Научный руководитель: к.э.н., ст.преподаватель Агабеков А.Ю.

Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйіндеме: «Еңбек ресурстарын дамыту орталығы» АҚ (бұдан әрі – ЕРДО) талдаушылары еңбек нарығы бойынша екінші ұлттық баяндама – «Қазақстанның еңбек нарығы: цифрлық шындық жолында» дайындады. Онда әлемнің әртүрлі экономикалары мен салаларын цифрландыру қалай жүріп жатқаны, оның кәсіптер мен дағдыларға қалай әсер ететіні, «технологиялық жұмыссыздық» бізге қауіп төндіретіні, жұмыспен қамтудың цифрлық экожүйесі қандай мүмкіндіктер беретіні және т.б. туралы өзекті ақпарат жинақталған.

Summary: Analysts of JSC" Center for the development of labor resources "(hereinafter – Erdo) prepared the second national report on the labor market – "labor market of Kazakhstan: on the way to digital reality". It contains up-to-date information about how the digitalization of various economies and industries of the world is taking place, how it affects professions and skills, how "technological unemployment" threatens us, what opportunities the digital employment ecosystem provides, etc.

Цифровизация динамично меняет структуру экономики, труда, общественной системы и социальной сферы. Он проник не только в производство, но и в повседневную жизнь каждого человека. Цифровая трансформация отдельных отраслей изменила бизнес-процессы, где доминировали компании, которые сделали переход на цифровой подход приоритетом, инвестируя в технологии и человеческий капитал.

По данным Всемирного банка, Цифровая экономика составляет 15,5% мирового ВВП и растет в два с половиной раза быстрее, чем мировая экономика за последние 15 лет. Но когда рассматриваются риски цифровизации, степень ее влияния на рынок труда в первую очередь вызывает беспокойство [1].

Таким образом, Национальный доклад поднимает актуальные для рынка труда вопросы, связанные с рисками «технологической безработицы» и ее последствиями, проливает свет на концепцию «безработного будущего» в

Казахстане, оценивает готовность человеческого потенциала к предстоящим изменениям, а также определяет современные тренды и вызовы экономики свободных доходов. В целом, исследование выходит за рамки концепции рынка труда, которая предусматривает общую экономику в мире и Казахстане, масштабы цифровизации отдельных отраслей, барьеры и возможные решения для дальнейшего развития в цифровой гонке.

Национальный доклад состоит из 7 глав, каждая из которых посвящена определенной теме, непосредственно связанной с оцифровкой.

В рамках исследования была собрана информация по цифровизации Казахстана, в том числе на основе международных рейтингов, согласно актуальной информации, наша страна обладает большим потенциалом и преимуществом по сравнению с другими. Кроме того, чтобы оценить масштабы сокращения рабочих мест в результате цифровизации, были рассмотрены текущие прогнозы международных экспертов и объяснены, почему все они могут быть подвергнуты сомнению. При этом проведена самооценка влияния цифровизации на рынок труда, установлено, что 22% видов деятельности в Казахстане имеют высокий риск автоматизации. По ним работают 587 тыс. человек или 7% занятых.

Кроме того, в условиях цифровизации во многих странах наблюдается нехватка квалифицированных IT-специалистов, и это не обходит Казахстан. Согласно анализу, на сегодняшний день 69,5 тыс. ИКТ-специалистов имеют 84,1 тыс. электронных трудовых договоров с казахстанскими предприятиями, что означает, что каждый пятый специалист работает одновременно в нескольких организациях. Среднемесячная заработная плата специалиста ИКТ составила 516 тыс. тенге, медиана-352 тыс. тенге. В докладе рассмотрены численность и заработная плата специалистов «backend, frontend, data science и cyber security», оценка вузов по трудоустройству выпускников IT-направления, а также востребованные IT-навыки.

В то же время Национальный доклад подробно расскажет о рынке фриланса, который стал неотъемлемой частью рынка труда. Согласно анализу ЭРДО, в 2021 году в Казахстане фрилансером работали 1 млн 49 тыс. человек, при этом для 228,3 тыс. человек основным способом заработка стал фриланс, 820,5 тыс. человек одновременно работали как фрилансерами, так и наемными работниками.

Также был проведен обзор кроссплатформенной занятости в Казахстане, в которой занято около 500 тыс. человек. Благодаря проведенным интервью с представителями Онлайн-платформы и их пользователями (Яндекс.Такси, Naimi.kz, Glovo, Quick Work, InDrive и Chocofood) приведены оценки текущих условий и выявлены препятствия, с которыми сталкиваются участники гиг-экономики [2].

В качестве источника информации для доклада выступили материалы Национального бюро статистики СЗР РК, национальные отчеты, публикации международных организаций, таких как Всемирный банк, Всемирный экономический форум, международная организация труда, ОЭСР, компании

Від 3 и Від 4 и др. Мнения более 40 международных и национальных экспертов из разных областей были собраны, чтобы показать различные точки зрения на ту или иную проблему.

Второй национальный доклад о рынке труда Казахстана является надежным источником для широкой общественности информации о темпах и перспективах цифровизации экономики и рынка труда, катализатором дискуссий и предложений, а также своеобразным руководством по дальнейшему карьерному развитию, развеивает мифы и сомнения о "вреде" цифровой трансформации для граждан.

Национальный доклад носит исключительно ИНФОРМАЦИОННЫЙ характер и не подпадает под какое-либо предложение со стороны АО» Центр развития трудовых ресурсов " или стремление по предоставлению расчетных, деловых или иных профессиональных консультаций либо услуг. Исследование основано на информации и данных из внешних и внутренних источников, которые АО» Центр развития трудовых ресурсов " считает надежными. Однако мы не можем сказать, что все представленные данные полностью реальны.

АО "Центр развития трудовых ресурсов" не обязуется корректировать публикацию в связи с утратой актуальности содержащейся в публикации информации, а также в случае выявления несоответствия данных, приведенных в аналитическом издании, действительности.

Информация, опубликованная в докладе, доступна для личного пользования, но не предназначена для распространения в коммерческих целях и не может быть полностью или частично воспроизведена, направлена или опубликована без ссылки на источник.

АО "Центр развития трудовых ресурсов" не несет ответственности за ущерб, причиненный какому-либо лицу в результате действия или отказа от действий на основании сведений, содержащихся в настоящей публикации.

Список использованной литературы:

1. Чанхиева Ф.Ю. Основные модели и подходы к изучению кросс-культурного менеджмента в условиях глобализации экономики // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». — 2011. — С. 267–270.
2. Долятовский В. А. Кросс-культурный менеджмент - инструмент организации кросс-культурного взаимодействия // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. – 2017. – С. 1-10.

УДК 334

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ

Есболған Нұрдәулет Нұғманұлы
Орталық Азия Инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье представлен обзор текущего состояния государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан.

Summary: The scientific article provides an overview of the current state of state support in the development of small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan.

Шағын және орта бизнесті дамыту кез келген елдің экономикасының негізі болып табылады. Дамыған шағын және орта бизнес тұрақты экономикалық және саяси дамудың өзегі болғандықтан мемлекеттің макроэкономикалық жағдайының тұрақтылығына айтарлықтай әсер етеді.

Соған орай, шағын және орта бизнесті жан-жақты қолдау әрқашан мемлекет саясатының басым тұсы болып табылады.

Ел экономикасының барлық салаларында шағын нарықтық құрылымдардың қалыптасуы экономикалық процестердің жаһандық экономикалық тенденцияларына сай етеді, өйткені әлемнің барлық елдері шағын кәсіпкерлік саласындағы әртүрлі бейіндегі көптеген шағын кәсіпорындар арқылы даму жолын қалыптастырған.

Шағын және орта бизнес трансформациялық экономикалардың алдында тұрған ең өткір экономикалық міндеттерді шешуде маңызды рөл атқарады. ШОБ басқа экономикалық субъектілермен салыстырғанда артықшылықтары бар бірқатар әлеуметтік маңызды функцияларды орындайды:

- ең алдымен, ШОБ кәсіпорындары мемлекеттік бюджет тарапынан елеулі шығындарды талап етпей, халықтың әлеуметтік шиеленісі мен жұмыспен қамтылуына байланысты неғұрлым өткір проблемаларды шеше отырып, елдегі әлеуметтік ахуалды тұрақтандыруға елеулі үлес қосады.

- ШОБ тауарлар мен қызметтердің кең спектрін шығарады және жеткізеді, жаңа нарықтар құрады (яғни тауарлар мен қызметтердің ассортименті кеңейіп келеді).

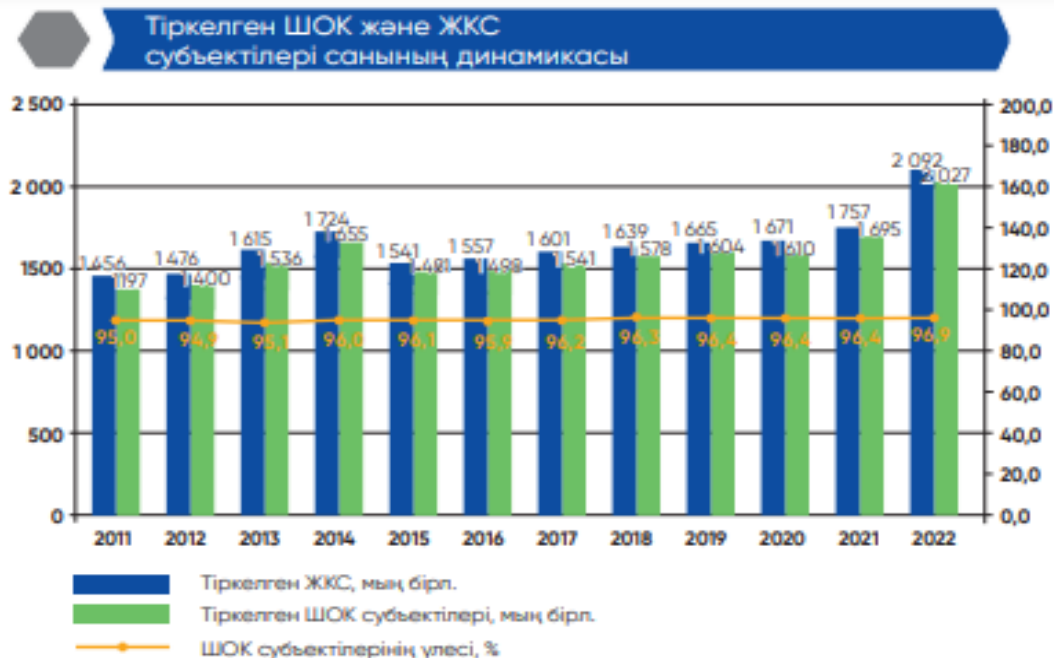
- ШОБ қосалқы мердігер, ірі кәсіпорындарды жеткізуші ретінде әрекет ете отырып, жалпы экономикалық тиімділікті арттыруға ықпал етеді.

ШОБ сыртқы жағдайлардың өзгеруіне, әр түрлі клиенттік топтардың сұраныстары мен қажеттіліктеріне (тұтынушыға жақындық, ақпараттық ашықтық) икемді және жедел жауап бере отырып, субъектілердің нарықтағы өзара іс-қимылының транзакциялық шығындарын төмендетуге ықпал етеді. Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, ел дамуындағы шағын және орта кәсіпкерліктің маңызды рөлін атап өтуге болады.

Қазақстан Республикасында елдің әлеуметтік-экономикалық даму жүйесіндегі кәсіпкерлік қызметтің рөлі жыл сайын өсіп келеді және мемлекет ШОБ-ты да, тұтастай алғанда бизнес-ахуалды да дамыту бағытында айтарлықтай белсенді және салыстырмалы түрде тиімді жұмыс істейді. Жалпы, жеке кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы Кәсіпкерлік кодексінде көрсетілген.[1]

2023 жылдың басынан бастап "Атамекен" ҰКО қолдауымен 495 ШОБ ашылды. "Атамекен" Қазақстан Республикасының Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы кәсіпкерлікті дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жобасы шеңберінде үш бағыт бойынша оператор болып табылады. Біріншісі-кәсіпкерлер мен кәсіпкерлік бастамасы бар адамдарға арналған ақпараттық-

консультациялық қызметтер. Екіншісі-кәсіпкерлердің кәсіпкерлік әлеуетін дамыту. Үшіншісі - сервистік сүйемелдеу бойынша бизнес. Сондай-ақ жалпы қаржыландыруы 11,3 млрд теңгені құрайтын 674 жобаға қолдау көрсетілді. Жобалар аясында 831 жұмыс орны құрылды. Жеңген тендерлердің жалпы сомасы 355,7 млн теңгені құрайды.



Сурет 1- Тіркелген ШОҚ және ЖКС субъектілері санының динамикасы

Негізгі бағыттардың тізбесі ауқымды және оларды іске асыру үшін мемлекет пен Үкімет тарапынан тиісті шаралар талап етіледі. Осыған байланысты, Қазақстан Республикасында бизнесті дамытуға жәрдемдесу және қолайлы жағдайлар жасау мақсатында әртүрлі уақытта мемлекеттік, үкіметтік және салалық бағдарламалар жұмыс істеді.

Бағдарламалардың негізі қаржылық және қаржылық емес қолдау шараларын көрсету арқылы кәсіпкерліктің өсуін қамтамасыз ету, қолданыстағы жұмыс орындарын қолдау және жаңа тұрақты жұмыс орындарын құру болып табылады. Мемлекеттік қолдау жергілікті атқарушы органдар, қаржы агенттіктері, кәсіпкерлікті қолдаудың мемлекеттік институттары арқылы жүзеге асырылады. Іске асырылатын бағдарламалардың тиімділігі мемлекеттің экономикалық өсуінде, сондай-ақ негізгі экономикалық көрсеткіштердің ұлғаюында көрінеді [2].

Кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған мемлекеттік саясат, сондай-ақ елдегі тұрақты саяси жағдай, кәсіпкерлікті дамытуға әсер ететін ішкі және сыртқы факторлар сияқты әртүрлі факторлар мемлекет экономикасының деңгейін, сондай-ақ жалпы халықтың өмір сүру сапасын арттыруға оң әсер етеді. Кешенді шараларды, көмек көрсетудің қаржылық және қаржылық емес шаралары қолдайтын индикаторларды қамтитын бизнесті қолдаудың мемлекеттік

бағдарламаларының жұмыс істеуі мемлекеттің елде бизнесті дамыту жөніндегі ұзақ мерзімді жоспарларының уақтылы іске асырылуын қамтамасыз етеді.

2020 жылдан бастап жұмыспен қамтуды қолдауға, кәсіпкерлік қызметті жандандыруға, цифрландыруға, АЭК әлеуетін ашуға, сондай-ақ тұрғын үй-коммуналдық, көліктік, әлеуметтік және сауда инфрақұрылымын дамытуға бағытталған дағдарысқа қарсы шаралардың бірқатар кешендері қабылданды.

Қазақстан қаржыгерлері қауымдастығының мәліметтіне сәйкес, елімізде республикалық деңгейде 20-дан астам мемлекеттік жоба іске асырылуда. Атап айтқанда, бұл «Бизнестің жол картасы-2025», индустриялық-инновациялық дамудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы, «Еңбек», «Нұрлы жол», Өңірлерді дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған бағдарламасы. Олардың әрқайсысының өз міндеттері мен талаптары бар. Кейбір бағдарламалар мемлекеттік тапсырмалар мен тапсырыстар арқылы бизнеске жанама қолдау көрсете алады.

Сондай-ақ, қауымдастық квазимемлекеттік құрылымдар мен әкімдіктер тарапынан қолдау бағдарламаларын да мемлекеттік жобаларға жатқызуға болатынын алға тартты. Мысалы, «Даму» жобасы әкімдіктермен бірлесе отыра 24 өңірлік жобаны жүзеге асыруда. Сонымен қатар, шағын орта бизнесті қолдау негізінен «Бизнестің жол картасы-2025», «Қарапайым заттар экономикасы» және «Кәсіпкерлік субъектілеріне жеңілдікпен несие беру» бағдарламалары аясында іске асады. «Бизнестің жол картасы» аясында кәсіпкерлікті микрокредиттеу бағдарламасы басталды. Айналым қаражатына 5 млн теңгеге дейін және инвестициялық мақсаттарға 20 млн теңгеге дейін несие беріледі. Осы ретте, 5 млн теңгеге дейінгі қарыздардың басым бөлігі 6% мөлшерлеменен кепілсіз негізде беріледі. Бұл бағдарламалардың жалпы қоржыны 5 трлн теңгеден асады. Оның ішінде, «Бизнестің жол картасы» – 3,7 трлн теңге, «Қарапайым заттар экономикасы» – 637 млрд теңге, кәсіпкерлікке жеңілдікпен несие беру – 884 млрд теңге бөлінген. "Бизнестің жол картасы 2025" бизнесті қолдау мен дамытудың мемлекеттік бағдарламасы шеңберінде кәсіпкер кредиттер сыйақысының пайыздық мөлшерлемесін субсидиялау, кредиттерге ішінара кепілдік беру, гранттық қаржыландыру және жетіспейтін инфрақұрылымды жүргізу түріндегі мемлекеттік қолдау шараларын пайдалана алады.

"Қарапайым заттар экономикасы" басым жобаларын Кредиттеу тетігі кредиттер сыйақысының пайыздық мөлшерлемесін субсидиялау түріндегі мемлекеттік қолдау шараларын көздейді. Тетіктің шарттарына сәйкес қаражат басым жобаларды кредиттеуге арналған тауарлар тізбесіне сәйкес өңдеуші өнеркәсіпті, агроөнеркәсіптік кешенді және қайта өңдеуді дамытуға және қолдауға бағытталуы мүмкін және екінші деңгейдегі банктер немесе жеңілдікті негізде Аграрлық кредиттік корпорация арқылы берілуі мүмкін.

Кредит беру шарттары бойынша қарыз мерзімі 10 жылды құрайды, қарыз алушылар үшін номиналды сыйақы мөлшерлемесі – 6% және кредиттің ең жоғары сомасын шектеусіз.

Қолайсыз реттеу жүйесі және шамадан тыс әкімшілік жүктеме кәсіпкерлік қызметтің одан әрі дамуын тежейді. Осы мәселені шешу мақсатында 2021 жылғы 30 желтоқсанда Мемлекет басшысы Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік қызмет саласында жаңа реттеуші саясатты енгізу туралы Заңға қол қойды. Заңның мақсаты-бизнес үшін кедергілердің алдын алу.

Мемлекеттік бақылауды автоматтандыру жолымен тексерулер мен жазалардан құқық бұзушылықтардың алдын алуға көшу жүзеге асырылады. Бұл бақылау және қадағалау органдарына проблемалы бизнес субъектілеріне назар аударуға және оларды ретке келтіруге мүмкіндік береді.

Кәсіпкерлік қызметті реттеудің жаңа тәсілдерін енгізу бизнеске жүктемені түбегейлі төмендетуге және жаңа экономикалық шындықта іскерлік белсенділікті дамытуға серпін береді.

Қолдаудың тағы бір құралы-2030 жылға дейінгі шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту тұжырымдамасы. Оның шеңберінде нарықтың жекелеген қатысушыларына әділетсіз артықшылықтар беретін заңнамалық және нормативтік актілердің күшін жою; ШОБ үшін реттеуші кедергілерді азайту; шектеулі бюджеттік ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыру үшін ұжымдық тауарлардың жеке тауарлардан басымдығын қамтамасыз ету; жаңадан бастаушылар мен жұмыс істеп тұрған кәсіпорындар үшін сапалы өнеркәсіптік, инновациялық және шығармашылық инфрақұрылымның артық ұсынысын құруды ынталандыру; бизнес-есептілікті автоматтандыру және рұқсат беру құжаттарының санын қысқарту жоспарлануда.

Қазіргі таңда шағын және орта бизнестің дамуына кедергі кел-тіретін факторлар да баршылық. Ең бастысы - жұмыс қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жеткілікті қаржылық ресурстардың болмауы, кәсіп бастағысы келетіндердің көбі өз қаражатымен іс бастағысы келетіндіктен, несие алмайды.

Одан кейін кәсіптің басты талабы-мықты маман, білікті персонал табу да оңай емес. Мамандарды тұрақтандырып ұстау, жетілдіріп отыру т.б. Өз кәсібін жаңадан бастап немесе кәсіппен айналысып тәжірибе жинақтаған азаматтар да білім-біліктілігін көтеруге, ақпараттық-кеңестік қызметтерге деген сұраныстарын, ізденістерін жиі бай-қатып жатады.

Бүгінде шағын және орта бизнес секторында 4 миллионнан аса адам жұмыспен қамтылғанын жоғарыда келтіріп өттік. Қарап тұрсақ, бұл аз сан емес. Бұнымен тоқтап қалған жоқ, жыл сайын тізім жаңа кәсіпкерлер легімен толығып, әр салада даму қарқынды жүріп жатыр. Мемлекет тарапынан бизнесті қолдауға арналған мүмкіндіктерді жіберіп алмай, жан-жақты нақты заңға сүйене отырып басталған кез-келген кәсіп табысты болмақ.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
2. Кайгородцев А.А., Бордияну И.В. Эффективность государственной поддержки малого предпринимательства в Казахстане. Вестник университета «Туран» . 2020; (2):46-51.

ҚР МЕМЛЕКЕТТІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУДІ ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ЖОЛДАРЫ

Жайдақ Н.Е., Альмуханова Н.Н., Медетбекова А.Ғ.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., аға оқытушы Агабекова Ш.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: Статья отражает основные выводы научно-исследовательской работы, имевшей целью выявление ключевых проблем и направлений совершенствования правового регулирования государственных инвестиций на основе анализа законодательства и практики его применения.

Summary: The article reflects the main conclusions of research work aimed at identifying key problems and areas for improving the legal regulation of public investments based on an analysis of legislation and the practice of its application.

Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасы күрделі салымдардың көлемі бойынша БРИКС елдерінің кейбір жақын экономикалық бәсекелестерінен кейін қалып отыр. Дүниежүзілік банктің соңғы қол жетімді деректеріне сәйкес, 2021 жылы Қытайдағы негізгі инвестицияның үлесі ЖІӨ-нің 43%, Үндістанда - 31%, ал Ресейде - 22% ғана болды. Бұл жағдай көбіне біздің елге шетелдік инвестицияның бастапқыда аз түсуіне байланысты. Соған қарамастан, оларға арнайы әскери операцияның нәтижесінде туындаған халықаралық блокада жағдайында сенуге болады. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының Үкіметі 2024 жылға қарай негізгі капиталға инвестиция көлемін ЖІӨ-нің 25 пайызына дейін арттыру міндетін қойып отыр.

Қазіргі Ресейде негізгі инвесторлардың бірі мемлекет екенін ескерсек, қазіргі уақытта төмен болып отырған мемлекеттік инвестициялардың тиімділігін арттырмай, бұл мәселені шешу мүмкін емес. Соңғы бес жылда нысаналы инвестициялық бағдарламаны (бұдан әрі – АЖ) іске асырудың орташа деңгейі 56,5% (1-кесте), ал аяқталмаған құрылыс объектілерінің жинақталған саны объектілер санымен салыстырылатынын айтсақ та жеткілікті. жыл ішінде АЖ қаржыландырады.

1-кесте 2018–2022 жж. жеке кәсіпкерлердің негізгі көрсеткіштері

	2018	2019	2020	2021	2022
Бюджеттік тапсырмалар, млрд. теңге	741,0	845,7	893,0	936,6	1258,0
Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкінен қаржыландырылған, млрд.теңге	482,5	536,7	659,6	693,0	979,7
Профинансировано из НБ РК, % от бюджетных назначений	65,1	63,4	73,8	73,9	77,8
Қаражат нақты игерілді, млрд теңге	436,5	481,5	520,5	527,3	655,9
Нақты игерілген қаражат, бюджеттен бөлінген қаражаттың %	58,9	56,9	58,2	56,3	52,1

Біздің ойымызша, мемлекеттік инвестициялардың тиімсіздігі көп жағдайда оларды жоспарлау және жүзеге асыру мәселелері бойынша қолданыстағы заңнаманың кемшіліктері мен қайшылықтарымен алдын ала анықталған. Алдымен, осы бапта «мемлекеттік инвестициялар» деген нені білдіретінін түсіндіру қажет, өйткені бұл ұғым заңнамада жоқ. Оның орнына, Өнерде. Бюджет кодексінің (бұдан әрі – ҚР ЕК) 6-бабында «бюджеттік инвестициялар» термині пайдаланылады, ол «бюджет қаражаты есебінен мемлекеттік (коммуналдық) мүліктің құнын құруға немесе ұлғайтуға бөлінген бюджет қаражаты» деген түсініктеме береді.

Бұл анықтама тым кең болып көрінеді, өйткені инвестициялауға болатын мүліктің ауқымы негізгі құралдармен шектелмейді. Осы тұрғыдан алғанда, мемлекеттік мекемелерге тауарларды (соның ішінде кеңсе тауарларын) сатып алуға бөлінген кез-келген қаражат инвестиция болып саналуы керек. Бюджеттік инвестициялар объектілерінің ауқымын күрделі құрылыс объектілерімен немесе жылжымайтын мүлікпен шектейтін ҚР БК 79-бабында баяндалған тәсіл неғұрлым дұрысырақ болып көрінеді. Бірақ егер сіз өнердің логикасын ұстанатын болсаңыз. ҚР БК-нің 79-бабы бойынша "мемлекеттік немесе муниципалдық мекемелер және мемлекеттік немесе муниципалдық унитарлық кәсіпорындар болып табылмайтын заңды тұлғаларға бюджеттік инвестициялар" бюджеттік инвестициялар құрамына кіре алмайды, мұндай заңды тұлғалардың жарғылық (жиналмалы) капиталдарының баламалы бөлігіне мемлекеттік немесе муниципалдық меншік құқығының туындауына әкеп соғады, өйткені жарғылық капиталдардағы үлестер күрделі құрылыс объектілері де, жылжымайтын мүлік те емес. Осылайша, ҚР БК бюджеттік инвестициялардың анықтамасы кейбір заңгерлер назар аударатын заң тұрғысынан да жетілмеген болып көрінеді [1,2].

Осыған қарамастан, ол инвестициялық бағыттағы бюджеттік шығыстарды экономикалық талдау мақсаттары үшін қолайлы, олар ҚР БК айқындауындағы бюджеттік инвестициялардан басқа, мемлекеттік қатысуы басым компаниялардың жария меншігі немесе меншігі өсетін негізгі қорларға бюджет қаражатының басқа да салымдарын қамтуы тиіс. Сондықтан инвестициялық бағыттағы бюджеттік шығыстарды талдау үшін "мемлекеттік инвестициялар" терминін қолдану ұсынылады.

Жүргізілген талдау мемлекеттік инвестицияларды жоспарлау және іске асыру мәселелері бойынша қолданыстағы заңнамада олардың тиімділігін арттыруға кедергі келтіретін елеулі кемшіліктердің болуы туралы қорытындыға әкеледі. Автор осындай кемшіліктердің қатарына мыналарды жатқызады: негізгі инвестициялық шешімдерді қабылдау құқығын әр түрлі органдарға бір уақытта беру; мемлекеттік бағдарламалар мен ұлттық (федералды) жобалардың инвестициялық компоненттерін қайталау; іске асыруға дайын емес жобалар бойынша бюджеттік қаражатты бекіту; құрылыс келісімшарттарының бағасын көтеру үшін, сондай-ақ "Бірыңғай Тапсырыс беруші" ӨБК қолында салалық инвестицияларды жоспарлау және іске асыру жөніндегі функцияларды

орталықтандыру үшін негіздердің бұлыңғырлығы; инвестициялық жобаларды негіздеуге қойылатын талаптарды төмендету.

Мақалада атап өтілген кемшіліктерді жеңілдету үшін, атап айтқанда: осы шығындарды мемлекеттік бағдарламалардан алып тастай отырып, ұлттық және федералды жобалардың құрамында ірі инвестицияларды жүйелі жоспарлауды қамтамасыз ету; жалпы ереже бойынша үкіметтің жекелеген актілерімен Бюджеттік инвестицияларды жүзеге асыру туралы шешімдерді бекіту және жобалық және басқа да қажетті құжаттамасыз ЖК инвестициялық жобаларды енгізу тәжірибесінен бас тарту ұсынылады; орталықтандырылған Тапсырыс беруші мен инвестицияларды басқару жөніндегі ГРБС қызметінің тиімділігін заңнамалық белгіленген критерийлер бойынша салыстырмалы бағалауды ұйымдастыру, оның қорытындысы бойынша орталықтандырудың орындылығы туралы мәселені қарастыру қажет; инвестициялық жобаларды талдау кезінде олардың тиімділігін бағалаудың бұрын қолданылған кейбір критерийлерін пайдалануға оралу.

Осылайша, қолданыстағы түрдегі ЖК тек федералды бюджеттік инвестициялар емес, инвестициялық бағыттағы немесе федералды штаттық федералды бюджет шығындарының толық жиынтығы болып табылады. Теориялық тұрғыдан алғанда, кеңірек тәсіл де мүмкін, онда мемлекеттік инвестициялар ұғымына субсидиялар да енгізіледі, нәтижесінде мемлекеттің 100 пайыздан аз қатысуы бар компаниялардың негізгі құралдары өседі. Бірақ, біріншіден, мұндай кең тәсілдің дұрыстығы айқын емес, екіншіден, жеке кәсіпорындарға бюджеттік субсидиялардың мақсатты бағытын қадағалау қиынға соғады. Сондықтан осы баптың мақсаттары үшін мемлекеттік инвестициялар деп біз ЖК құрамына кіретін шығыстарды түсінетін боламыз.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мельников В.Д., Ильясов К.К. Финансы: учебник. – Алматы: 2019. – 512 с.
2. Архипова Н.И., Минаев В.В. Проблемные аспекты формирования стратегических инвестиционных проектов и программ // Вопросы экономики и права. - 2020. - № 4.
3. Бобок В.С. Методика и последовательность роста инвестиционного проекта в современных условиях // Финансовый менеджмент. - 2021. - № 6. - С. 88 - 92.
4. Құлпыбаев С., Ынтыкбаева С.Ж., Мельников В.Д. Қаржы: Оқулық / - Алматы. Экономика, 2018- 522 бет.

ОӘЖ 657

НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРДЫ МҮЛІКТІК ТҮГЕЛДЕУ ЖӘНЕ ҚАЙТА БАҒАЛАУ

Жарас Н.М., Мухамедьярова Д.Р., Мырзажанов Б.М.-УиАқ-21-1 тобының студенттері
Ғылыми жетекшісі: Жаздықбаева Д.П.
ОАИУ, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В данной статье рассматривается инвентаризация и переоценка основных средств.

Summary: This article discusses inventory and revaluation of fixed assets.

Әрбір есепті күнгі жағдай бойынша қоғам негізгі құралдар құнының (құнсыздануының) ықтимал азаюын көрсететін кез келген белгілердің болуын тексереді. Кез келген осындай белгі анықталған жағдайда Қоғам негізгі құралдың өтелетін құнын бағалайды. Негізгі құралдардың құнсыздануына арналған Тест, егер негізгі құралдардың құнына қандай да бір факторлар әсер етті деп пайымдауға негіз болған жағдайда, есепті күні жүзеге асырылады. Егер өтелетін шама баланстық құннан аз болса, онда актив құнсызданады және құнсызданудан болған шығын танылады. Бұл ретте бухгалтерлік есепте жазба жүргізіледі: - Дт активтің құнсыздануынан болған шығын (7420); - Кт негізгі құралдың құнсыздануы бойынша резерв (2430) Бұл шығын бірқатар шектеулерге сәйкес келесі кезеңдерде қалпына келтірілуі мүмкін. Егер өтелетін шама баланстық құннан артық болса, онда актив баланстық құн бойынша есепке алуды жалғастырады. Қайта бағалау негізгі құралдардың әділ құнының өзгеруіне қарай жүргізілуі мүмкін. Шамалы өзгерістер болған жағдайда қайта бағалау әрбір 3-5 жыл сайын жүргізіледі, ҚЕХС 16. Қайта бағалауды жүргізу туралы шешім жазбаша түрде басшылықтың бұйрығымен "Ғимараттар мен құрылыстар", "Көлік құралдары" негізгі құралдар топтары бойынша тәуелсіз бағалаушыларды тарта отырып қабылданады, басқа топтар бойынша қоғам басшылықтың шешімі бойынша қоғам қызметкерлерінен сараптама комиссиясын құрады. Бағалаушы ретінде тартылатын бағалау компаниясы "Бағалаушылар палатасында" тіркелуі тиіс. Олардың нарықтық құнын әділ құн деп есептеу қажет. Егер НК -ны қайта бағалаудың көрсетілген жиілігі НК -нің нақты құнын көрсетпесе, онда қосымша қайта бағалау жүргізілуі мүмкін. НК қайта бағалау жалпы НК салықтық есепке алу топтары бойынша жүргізіледі. Қайта бағаланған активтердің амортизациясы да мынадай әдіс бойынша қайта бағаланады: қайта бағалаудан кейін баланстық құн оның қайта бағаланған құнына тең болатындай активтің баланстық құнының өзгеруіне тепе-тең. Салықтық есепке алу бойынша НК топтары "Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы" ҚР Кодексінің 267-бабының талаптарына сәйкес және ҚР негізгі құралдарының Мемлекеттік жіктеуішіне сәйкес айқындалады. Қайта бағалау нәтижесінде объектілердің баланстық құнының ұлғаюы алып өтулермен көрсетіледі: Дт 2410 Кт 5520 «Негізгі құралдарды қайта бағалауға арналған резерв" тозу сомасына шоттардың корреспонденциясында: Дт 5520 Кт 2420. Қайта бағалау нәтижесінде объектінің баланстық құнының азаюы меншікті капитал сомасын азайтады, ал бұрын есептелген тозу сомасы ағымдағы жылдың кірістерін ұлғайтады. Бұл жағдайда бухгалтерлік жазбалар жасалады: Дт 7420 «Қаржылық емес активтерден құнсыздану шығындары» Кт 2410 Дт 2420 Кт 2410 бұрын есептелген амортизация сомасы шегінде, Қайта бағалаудың оң нәтижесі бөлінбеген пайда шотына есептен шығарылады: а) активті шағырылу (жүзеге асыру) б) резервті қайта бағалаудан бөлінбеген пайдаға есептен шығару негізгі құралдың пайдалы пайдалану мерзімі ішінде жүзеге асырылады [1].

Негізгі құралдар кәсіпкерлік қызметтің әр түрлі саласындағы қызмет істейтін ұйымдардың активтерінің негізгі бөлігін құрайды, Негізгі құралдарға материалдық, яғни материалдық-заттық формасы бар активтер жатады, мысалға жылжымайтын мүлік (жер, ғимараттар мен Құрылыс-жайлар және жермен байланысты басқа да объектілер), машиналар мен құрылғылар, көлік құралдары және т.б., яғни төмендегі талаптарға жауап беретіндер: өнімдер (жұмыстар мен қызметтер) өндіруге, тауарларға жеткізуге, басқа ұйымдарға жалға беруге немесе әкімшілік және шаруашылық мақсаттарға пайдалануға арналған; бір жылдан артық пайдаланылатын; сатып алушыларға қайта сатуға жатпайтындар. Негізгі құралдар ұзақ мерзім пайдаланылатын сипатқа ие болады. Негізгі құралдарды пайдаланудың сандық бағалануы олардың пайдалану мерзімімен анықталады. Негізгі құралдардың пайдалану мерзімі ұйымның осы объектіні болжамды пайдалану мерзімі немесе осы объектіні пайдалану арқылы ұйымның өндіретін өнімінің мөлшері немесе орындайтын жұмыстары мен қызметтерінің көлемі болып саналады. Негізгі құралдар объектісінің пайдалану мерзімінің мерзімдік немесе заттай (натуралдық) өлшемін таңдап алу объектінің функционалдық жарамдылығына, яғни оның экономикалық пайда әкелу мүмкіндігіне байланысты болады.

Негізгі құралдардың бухгалтерлік есебі есепте негізгі құралдардың түсуін, алғашқы қабылдануын (признание), ішкі орын ауыстыруын, амортизацияның (тозуынын) есептелуін, кейінгі шығындардың есебін, сату бойынша нәтиженің есебі мен басқа да шығыстарды құжатпен ресімдеуді, сонымен қатар дер кезінде және толық көрсетуді қамтамасыз ету қажет.

Сонымен бірге негізгі құралдар есебінің міндеті болып негізгі құралдардың артық шыққанын, пайдаланбағанын және тиімсіз пайдалануын анықтап, олардың сақталуын қамтамасыз ету қажет.

Негізгі құралдар есебінің бірлігі болып мүліктік объект, яғни өзінің барлық құрылымдары мен құрылғылары бар аяқталған құрылыс, заттар немесе заттардың кешені саналады. Мүліктік объектілер жай (бірліктік) және бірнеше заттардан тұратын күрделі болып бөлінеді. Бір негізгі құралдар объектісінің екіншісінен айырмашылығы олардың атқаратын қызметтеріне және әр түрлі пайдалану мерзіміне байланысты болады [2].

Кей жағдайларда активтердің кейбір түрлерін, мысалы шаблондарды, құрылғылар мен мөртаңбаларды (штампарды) біріктіріп, негізгі құралдардың жалпы құнына қосуға болады.

Сонымен қатар қызмет көрсетудегі қосалқы бөлшектер мен құрылғыларды тауарлық-материалдық шығындар ретінде есептей отырып, оларды пайдалану уақытына байланысты есептен шығарады. Егер ұйым ірі қосалқы бөлшектер мен агрегаттарды бір мерзімнен артық пайдаланатын болса, онда оларды негізгі құралдар ретінде жіктеуге болады. Ал егер ірі қосалқы бөлшектер мен агрегаттар тек бір объектіге ғана қызмет көрсетіп және олардың пайдалану мерзімі ретсіз болатын болса, олар негізгі құралдардың бөлек объектісі болып саналып және олардың пайдалану мерзімінен аспайтын уақытқа тозу есептеледі.

Белгілі бір жағдайларда активтерге байланысты жалпы шығындардың сомасын құрамдас бөліктерге бөліп, әрбір бөлімді бөлек есептеу қажет болады. Бұл осы объектінің құрамдас бөліктерінің пайдалану мерзімі әр түрлі болса немесе әрбір бөліктерді пайдаланудан пайда әр түрлі бағыттар бойынша алынатын болса және тозуды есептеу нормалары мен әдістері әр түрлі болған жағдайда қажет болады. Мысалы, самолет және оның козғалқыштары, егер олардың пайдалану мерзімдері әр түрлі болатын болса, бөлек тозатын активтер ретінде есепте көрсетілуі керек [3].

Ұйымның бухгалтериясында (есеп бөлімінде) негізгі құралдардың есебі мүліктік объектілер шегінде сыныпталу топтары бойынша жүргізіледі. Мүліктік объекті дегеніміз осы объектіге тиісті барлық құралдары мен бұйымдарын қоса алғандағы аяқталған құрылғы, заттар немесе заттардың кешені. Негізгі құралдардың сыныпталу топтары бойынша мүліктік объектілері ретінде мыналар саналады:

а) ғимараттар бойынша - олардың ішкі құрылғыларын қоса алғандағы жеке ғимарат (жылу жүйесі, су-газ құбырғылары, канализация, желдеткіш құрылғылар) және аула құрылыстары;

ә) құрылыс-жайлар бойынша - органикалық (мүшелік) бүтінін құрайтын құрылғыларымен дараланған жеке құрылыс-жайлар (мысалы, тірегіштерімен, кіреберіс және жақын жүру құрылғылармен көпірлер);

б) беріліс құрылғылары бойынша - ғимараттар мен Құрылыс-жайлардың құрамдас бөліктері болып табылмайтын дараланған жеке құрылғылар;

в) күш машиналары мен жабдықтары бойынша - іргетас және барлық құралдары мен бұйымдарын, сондай-ақ жеке қоршауларын қоса алғандағы жеке күш машиналары;

г) жұмыс машиналары мен өндірістік құрылғылар бойынша - барлық бұйымдары мен құрылғыларын, іргетасын, жеке қоршауларын қоса алғандағы жеке станок және аппарат,

ғ) көлік құралдары бойынша - тиісті бұйымдары мен құрылғыларын қоса алғандағы көлік құралдарының жеке объектісі (мысалы, қосымша камерасы және дөңгелек қабымен доңғалақты, жинақ құрылғыларын қоса алғандағы жүк автокөлігі);

д) құрал-саймандар мен құрал-жабдықтар бойынша - қандай да бір инвентарьлық объектінің құрамдас бөлігі болып табылмайтын, өзіндік пайдалану бағыты бар жеке зат.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Волков Н.Т. Бухгалтерский учет в строительстве. М.: Финансы и статистика, 2000 г.
2. Баширов А.А. Учет издержек производства и калькулирование себестоимости в подрядном строительстве. Москва.: Финансы и статистика, 2002г.
3. Дробышевский Н.П. и др. «Бухгалтерский учет в строительстве» г. Минск, 2003 г.

КӘСІПОРЫННЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРЫН ПАЙДАЛАНУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ СТРАТЕГИЯСЫ

Жолдасбеков О.Б., Оңалбек И.А., Қосқара О.Т.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Бекебаева М.О.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассматриваются стратегии повышения эффективности использования основных средств. Раскрыто понятие стратегии развития основных средств. Рассмотрены виды стратегий развития основных средств и дана их краткая характеристика. Актуальность работы обусловлена важностью основных средств в составе активов предприятия практически любой отрасли.

Summary: The article discusses strategies to improve the efficiency of the use of fixed assets. The concept of a strategy for the development of fixed assets is disclosed. The types of strategies for the development of fixed assets are considered and their brief characteristics of fixed assets are given.. The relevance of the work is due to the importance of fixed assets as part of the assets of an enterprise in almost any industry.

Экономиканың өндірістің ұйымдастырушылық және құрылымдық-технологиялық нысандарына көшуінің басты шарттарының бірі негізгі құралдарды жетілдіру және оларды пайдалану тиімділігін арттыру стратегиясы болып табылады.

Бұл тақырыптың өзектілігі бірнеше себептерге байланысты. Біріншіден, негізгі құралдардың едәуір тозуы макроэкономикалық дамудың инновациялық бағытын қамтамасыз ете алмайды. Екіншіден, жалпы ішкі өнімнің өсуін қамтамасыз ету үшін өндіріс циклін жеделдетпей және негізгі құралдарды жаңартпай мүмкін емес. Үшіншіден, пайдаланылатын негізгі құралдардың өндірістік әлеуетінің айтарлықтай төмендеуі өнеркәсіптің бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуіне әкеледі.

Ғылыми жаңалық-кәсіпорынға негізгі құралдарды пайдалану стратегиясын мұқият таңдау қажет, өйткені кәсіпорынның негізгі көрсеткіштері қандай болатыны тікелей таңдалған стратегияға байланысты.

Бұл мақаланың мақсаты негізгі құралдарды дамыту стратегиясының түрлерін зерттеу және негізгі құралдарды пайдаланудан үлкен әсер ету үшін іс-шаралар кешенін ұсыну болып табылады.

Қойылған мақсат негізінде келесі міндеттер тұжырымдалды:

- "негізгі құралдарды дамыту стратегиясы" ұғымына анықтама беру
- негізгі құралдарды дамыту стратегиясының түрлерін зерттеу және қысқаша сипаттама беру.
- негізгі құралдарды пайдаланудың ең үлкен әсері үшін іс-шаралар кешенін ұсыну.

Бастау үшін біз негізгі құралдарды дамыту стратегиясын анықтаймыз. Негізгі құралдарды дамыту стратегиясы-бұл кәсіпорынның негізгі құралдарының параметрлерін өзгертудің әртүрлі процестері мен құралдарына

қатысты шешім қабылдайтын негізгі құралдардың мақсатты жағдайы мен құрылымына қол жеткізу әдісі. [2, б. 3]

Негізгі құралдарды дамыту стратегиясын таңдаудағы басты критерий-кәсіпорындағы негізгі құралдардың ағымдағы жағдайын талдау (қор өнімділігі, қор сыйымдылығы, қор рентабельділігі, жаңарту мәндері, негізгі құралдардың өсуі мен тозуы).

Негізгі құралдардың жағдайының нәтижелеріне байланысты компания стратегияның белгілі бір түрін таңдайды. Үш негізгі түр тобына біріктірілген ұйымның негізгі құралдарын дамытудың келесі стратегияларын бөліп көрсетейік:

1. Құрылымды сақтау стратегиялары, кіші түрлері: негізгі құралдардың оңтайлы құрылымын сақтау стратегиясы.

2. Құрылымды кең көлемде өзгерту стратегиялары, кіші түрлері: негізгі құралдар паркін ұлғайту стратегиясы; Негізгі құралдар паркін қысқарту стратегиясы.

3. Құрылымды қарқынды өзгерту стратегиялары, кіші түрлері: негізгі құралдарды инновациялық жаңарту стратегиясы; Негізгі құралдардың жағдайын оңтайландыру стратегиясы.

Оңтайлы құрылымды қолдау стратегиясын жүргізу шеңберінде жоспарлы шығу және тозудың ұлғаюын түзету үшін негізгі қорларды жаңарту жүргізіледі. [3, б. 669]

Негізгі құралдар паркін ұлғайту Стратегиясы талдау , қуаттардың жетіспеушілігі немесе кәсіпорынның кеңеюі туралы жоспарлы ақпарат алу кезінде қолданылады. Бұл стратегиямен алдыңғы жабдықпен бірдей технологиялық сипаттамалар жиынтығымен жаңа негізгі құралдарды сатып алу жүреді.

Паркті қысқарту стратегиясын қолдану қуаттың ұзақ уақыт тоқтап қалуы және артық негізгі құралдарды жалға беру мүмкін виявстігі анықталған кезде пайда болады.

Негізгі құралдарды инновациялық жаңарту стратегиясы оларды жаңартуға ғана емес, сонымен қатар озық технологиялармен жабдыққа ауыстыруды көздейді.

Негізгі құралдардың жай-күйін оңтайландыру стратегиясын қолдану ұйымда тозудың жоғары деңгейін анықтауды, неке үлесін арттыруды, өндірістің апаттылығын арттыруды көздейді және олардың құрылымына әсер ететін негізгі құралдардың жай-күйін неғұрлым терең оңтайландыруды көздейді.

Іс жүзінде кәсіпорындар бір уақытта негізгі құралдарды дамытудың бірнеше стратегиясын қолданады. Мысалы, ұйым нарықтағы үлестің артуына байланысты қуаттылықты кеңейтеді және сонымен бірге жаңа орындарға инновациялық жабдықтар сатып алады.

Таңдалған стратегияға қарамастан, өнеркәсіптік кәсіпорын негізгі құралдарды пайдаланудан үлкен нәтиже алу үшін іс-шаралар кешенін қосу керек :

- өнімнің, қызметтердің және тұтастай кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік дәрежесін арттыратын негізгі өндірістік қорлардың белсенді және пассивті элементтерін уақтылы және дәйекті жаңарту, жаңғырту және реконструкциялау;

- тұтынушылардың саласын кеңейту, жаппай өндірілетін өнімдерден ерекшеленетін белгіленген сапалық параметрлері бар өнімдер мен қызметтерге сұранысты қанағаттандыру мақсатында өнімді, қызмет түрлерін әртараптандыру;

- негізгі өндірістік қорлардың орташа жылдық бағасының өзгеру қарқынының сақталуын, олардың орташа нарықтық стандартқа сай келетін немесе одан асатын техникалық деңгейінің жоғарылауын мониторингтеу.[1, б. 164]

Негізгі құралдарды дамыту таңдалған даму стратегиясына жауап беруі керек және аналитикалық мәліметтерге негізделуі керек, өйткені бұл активтердің осы түрінің әлеуетін пайдаланудың негізгі факторларының бірі.

Таңдалған стратегияның дұрыстығын бағалау үшін, оны қабылдағаннан және Жоспарлы кезең ішінде жүзеге асырғаннан кейін, таңдалған стратегияның тиімділігін дәлелдеу немесе келесі кезеңге дұрысын таңдау үшін деректерді қалыптастыру, оларды талдау қажет.

Осылайша, негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін арттыру стратегиясын таңдау кәсіпорынның негізгі міндеттерінің бірі болып табылады. Өйткені кәсіпорынның өнеркәсіптік өндірістегі орны, оның қаржылық жағдайы, нарықтағы бәсекеге қабілеттілігі таңдалған стратегияның дұрыстығына байланысты.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Воронцова Н.Н. Показатели оценки эффективности и интенсивности использования основных средств предприятия // Молодой ученый. - 2016. - № 30. - С. 163 - 166.

2. Кагарманова А.И. Методика анализа основных средств предприятия / А.И. Кагарманова // Научно-практический журнал Аллея Науки. – 2019. — №1(28) — С. 1-4.

3. Матвеева А. Р. Повышение эффективности использования основных средств организации / А. Р. Матвеева, Р. Р. Сарварова, С. Г. Чибугаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 23 (103). — С. 669-670

УДК 338

ИННОВАЦИОНАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ ТЕТІКТЕРІН ЖЕТІЛДІРУ

Жузбаева А.М. 3-курс ЭК-121

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Молдалиева Р.Н.

Шымкент университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Государственная инновационная политика представляет собой комплекс мероприятий, направленных на повышение широкого использования ее результатов и усиление инноваций в целях ускорения ее эффективности и социально-экономического развития и максимального удовлетворения социальных потребностей страны.

Summary: The state innovation policy is a set of measures aimed at increasing the widespread use of its results and strengthening innovation in order to accelerate its effectiveness and socio-economic development and maximum satisfaction of the country's social needs.

Өнеркәсібі дамыған елдерде инновациялық даму мемлекеттік ұзақ мерзімді болжам сияқты шағын және орта кәсіпорындар үшін қолдау сияқты жеке ұғымдардан тұрады. Түрлі органдардың жеке басқару тұжырымдамасы, оның толық мемлекеттік саясаттың құрамдас бөлігі болып табылады.

Мемлекеттік инновациялық саясат - инновацияға мемлекеттің көзқарасын білдіретін әлеуметтік-экономикалық саясаттың ажырамас бөлігі, ғылым саласындағы техника және ғылым мен техниканың жүзеге асыру мемлекеттік органдардың міндеттері, бағыттары, нысандары анықтайды [1].

Мемлекеттік инновациялық саясат, оның тиімділігі мен елдің әлеуметтік-экономикалық дамуы мен әлеуметтік қажеттіліктерін барынша толық қанағаттандыру жеделдету мақсатында нәтижелерін кеңінен пайдалану арттыру, инновацияларды нығайтуға бағытталған іс-шаралар жиынтығы болып табылады. Ол үш кезеңнен тұрады:

- инновациялық қызметті дамытуға ғылыми-негізделген ұғымдарды дамыту - инновациялық әлеуетін талдау негізінде жүзеге асырылады;
- инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың негізгі бағыттарын айқындау;
- инновацияларды жақсартуға бағытталған мақсаттарды жүзеге асыру үшін практикалық іс-шараларды жүзеге асыру.

Қоғамдық инновациялық саясатты, қалыптастыру әдістері мен ғылыми және ғылыми-техникалық басшылығының көрінісі белгілі бір дәрежеде инновациялық қолдаудың негізгі бағыттарының тиімділігін көрсетеді. Ол халықаралық деңгейі бойынша көрінеді: ғылыми және ғылыми-техникалық ақпараттың нәтижелерін экспорттық кеңейту (лицензиялар, патенттер), инновациялық экспортының өсуіне, басқа елдерге еркін ғылыми-технологиялық инновациялық көмекті кеңінен қамтамасыз ету.

Ғылыми-техникалық басқару - мемлекеттік инновациялық саясатты қалыптастыру және іске асыру жөніндегі таңдаған стратегиялық бағыт және тактикалық іс-шаралар дұрыстығын дәлелдеу болып табылады. Ғылыми-техникалық басқаруды зерттеу бағыттарының дұрыс таңдау нәтижесі болып табылады. [2]

Мемлекеттік инновациялық саясат негізінен қолайлы экономикалық, ұйымдастырушылық, құқықтық, ақпараттық және инновациялық үрдістерді жүзеге асыру үшін әлеуметтік-психологиялық жағдай жасауға бағытталған. Бұл жағдай инновациялық саясатты қалыптастыру әдістерін әр түрлі инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың негізгі бағыттарын айқындайды.

Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың негізгі бағыттары мыналарды қамтиды:

- әсіресе перспективалы салалардағы зерттеулерді жылжыту (іргелі зерттеулер, қолданбалы);
- инновациялық кадрлармен қамтамасыз ету;

- инновациялық белсенділігін арттыруға бағытталған түрлі бағдарламалардың (мемлекеттік ведомстволар ішінде) үлесін арттыру;
- содан кейін нарықта таралған көптеген инновациялар үшін бастапқы сұранысын қамтамасыз инновациялық шешімдерді келісім-шарт түрінде мемлекеттік келісім-шарттар қалыптастыру;
- инновациялық шешімдерді және жеке фирмалар (кәсіпорындар) тиімділігі талап ететін қоршаған ортаны ынталандыру әсерін қалыптастыруды мемлекеттік реттеу, фискалды және басқа да құралдарын пайдалану;
- ғылым және өнеркәсіптік фирмалар мен академиялық институттары арасындағы инновация саласындағы ынтымақтастықты көтермелеудің түрлі секторлар арасында тиімді өзара іс-қимыл ұйымдастыру, делдал ретінде мемлекетті тарту;
- өзге аймақтарда инновациялық қызметін үйлестіру;
- инновациялық-құқықтық базасын құру;
- инновациялық үдерістер саласында халықаралық қатынастарды реттеу.

Соңғы екі желісі инновацияларды қолдау мемлекеттің қатысу дәрежесі тұрғысынан маңызды болып табылады. Өйткені, инновациялық процестерді құқықтық реттеу мемлекеттің ерекше құзыретінде болып табылады және мемлекет инновациялық үдерістер саласында халықаралық қатынастарды реттеуде жүзеге асырылады.

Инновациялық процестерді мемлекеттік реттеу қажеттілігі бірінші кезекте, тұтастай алғанда қоғам мен экономикаға өзі өсіп келе жатқан маңыздылығын туғызды.

Нарық жағдайындағы мемлекеттің басты функциясы - жеке еркіндік, мүлікті және бизнесті қорғау. [3]

Инновациялық процестерді мемлекеттік реттеу қажеттілігі ұлттық құндылығы мен экономикалық мазмұнын инновациялық ретінде түсіндіру. Қазіргі уақытта инновацияны арттыру бизнес субъектілерінің негізгі пайда табу құралы бола алады.

Инновациялық маңызы бірінші аспект - макроэкономикалық көрсеткіштерге әсері. Экономикалық өсу экстенсивті және интенсивті факторлардың үйлесуіне негізделеді. Экономикалық динамикасына маңызды қарқынды факторларға айналады. Әртүрлі бағалаулар бойынша жоғары дамыған елдердің жалпы ішкі өніміндегі ғылыми-технологиялық прогресстің үлесі 75-100% дейін жетеді.

Екінші аспект - қоғамдық өндірістің құрылымына әсері. Инновациялар кейбір экономиканың салалары мен секторларын, біртіндеп жойылуына төнген қауіпке тікелей себеп те болады.

Үшінші аспектісі - институционалдық және экономикалық тетіктерін айтарлықтай әсері. Инновациялық, сондай-ақ қоғамның экономикалық ұйымдастыруды өзгерту экономикалық құрылымдардың спектрінің жаңа элементтерін (мысалы, венчурлық фирмалар) енгізіп, олардың арасындағы

өзара іс-қимыл мазмұнын көрсетеді. Онда әр түрлі меншік нысандарының құрылымы мен іске ауысуы болып табылады.

Төртінші аспект - прогреске және инновацияларды өндіруге және жүзеге асыру, оның ұлттың жеке арттыру қабілеті. Материалдық және материалдық емес игіліктерді тұтынудың құрылымын жетілдіру. Саяси мәдениеттің даму жолында динамикалық, заңды, эстетикалық және этикалық стандарттарды өзгерту қажет.

Бесінші аспект - әлеуметтік тұрақтылыққа инновацияның әсері. Инновациялар, халықтың өмір сүру деңгейін жақсартатын, жұмыспен қамту мәселелерін шешуге ықпал ететін, білім беру және денсаулық сақтау деңгейін арттыратын, әлеуметтік қайшылықтар мен қақтығыстарды жеңілдететін құбылыс. Сонымен қатар ол экономикалық өсудің жинақталуын қамтамасыз етеді.

Алтыншы аспектсі - қоршаған ортаға инновациялардың әсері, экологиялық проблемаларды шешу.

Жетінші аспект - халықаралық ғылыми және ғылыми-техникалық ынтымақтастықты жандандыру, экономикалық өмірді жетілдіру, түрлі елдердің ресурстарын біріктіру, технологиялар трансферттер.

Сегізінші аспектсі - инновациялық үдерістерді дамыту деңгейі бойынша ұлттық экономиканың жаһандық бәсекеге қабілеттілік тәуелділігі.

Тоғызыншы аспект - ғылыми әлеуетін және ұлттық қауіпсіздік деңгейінің қарым-қатынасы.

Соңында, бұл тізімге тағы бір аспект қарсы әлеуметтік мақсатта ғылыми және ғылыми-технологиялық жетістіктерді қолдана білу болып табылады.

Бір жағынан, инновация, қазір оның бәсекелестерге қарағанда төмен өндірістік шығындарды нарықтық сұраныс бизнес субъектілерінің пайданы арттыру негізгі құралы болып табылады. Екінші жағынан, ғылыми және ғылыми-техникалық нәтижелер айтарлықтай кедергі болмас үшін классикалық нарықтық тетіктер көптеген инновациялар бизнес тәжірибелеріне енгізілген болуы мүмкін.

Инновациялар саласындағы мемлекеттің ықпалын әдістері тікелей және жанама деп екіге бөлуге болады. қатынасы елдегі олардың экономикалық жағдайдың анықталады және мемлекеттік реттеу тұжырымдамасы байланысты таңдалады.

Қазақстанда нарықтық жүйеге өту үстемдігі туралап қалған өндірушілер санының көп болуымен байланысты. Сондықтан инфрақұрылым элементінің негізгі мақсаты экономикалық субъектілер арасында тұрақты шаруашылық байланыстарын құру және ұстап тұру.

Сонымен инфрақұрылымның негізгі ұғымы (функциясы) – шаруашылық жүргізудің ішкі жағдайын қалыптастыру, экономикалық субъектілерде де, ұлттық экономиканы түгелдей алғанда да.

Ғылыми-техникалық сфера мен инновациялық қызметте мемлекет саясатының басты бағыттарының бірі:

- аймақтық, салааралық, мемлекеттік сипаттағы арнайы инновациялық субъектілерден тұратын инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру.

Инновациялық қызмет инфрақұрылымы немесе инновациялық инфрақұрылым - бұл ұйымдастыру-экономикалық институттар кешені, шаруашылық жүргізуші субъектілерінде (соның ішінде арнайы мамандандырылған инновациялық ұйымдар) инновациялық үрдістерді жүзеге асыру шараларын тікелей қамтамасыз ететін, ұлттық экономиканың біртұтастығы сияқты экономикалық тиімділік қағидалары негізінде, сондай-ақ нарықтың конъюктурлық өзгерістер жағдайындағы оның экономикалық субъектісі.

Инновациялық инфрақұрылым жиынтығын қалыптастыратын ұйымдар, шетелдік кәсіпорындар мен филиалдардың болу болмауына байланысты түрі, жұмыс секторлары бойынша айырма жасайды. Соңғы кезде Қазақстанда инновация саласы ұйымдастырудың жаңа структурасы мен инновациялық құрылымы қалыптасып келеді, оның міндеті – инновациялық қызметтің ұдайы өсу шараларын жүзеге асыру.

Инновациялық инфрақұрылымға кіретін барлық ұйымдар инновациялық қызметтің біртұтастығын білдіретін белгілі бір технологиялық және экономикалық байланыста болады.

Қазақстан Республикасының жаңа ғылыми-техникалық саясатына мынадай талаптар қойылуы тиіс:

- қорлардың басымдылығы бар ғылыми-техникалық ілгерілеу бағыттарына шоғырландыру;

- ғылыми шығармашылыққа бостандық беру, ғылым мен техника саясатындағы басқару істерін демократияландыру.

- фундаментальды ғылым дамуын қамтамасыз ету;

- қолданбалы ғылым мен техника саласында кәсіпкерлік жасау мен бәсеке дамуына жағдай туғызу;

- білім беру жұмысын сапалы түрде дамытып, оны ғылыми-техникалық қызметпен тығыз байланыстыру;

- ҒЗТКЖ саласының құрылымын қайта ұйымдастыру және ғылыми-техникалық әулетті сапалы ету;

- түрлі қаржыландыру көздерін қалыптастыру.

Қазақстан Республикасының жаңа технологиялық кезеңдерге көшу мүмкіншіліктері. Мемлекеттік ғылыми-техникалық саясат - мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясатының қосымша бөлігі. Оның негізгі міндеттерінің бірі - мемлекеттің ғылыми-техникалық және инновациялық дамуының бағытын анықтап, мерзімді бағдар жасап, оны іске асырудың тиімді түрлері мен жолдарын белгілеу.

Инвестициялық кезеңде мынадай қызметтер атқарылады: инвестицияның бастапқы сомасын алу, өнім моделін және маркетинг бағдарламасын жасау; өнімді рынокқа шығару және инвестиция бойынша пайданы бөлу. Постинвестициялық кезеңде инвестициялық қаржыландыру мерзімінің

аяқталуы, инновациялық компания мен инвестор әрі қарай бизнестің дамуы бойынша шешім қабылдайды.

Инновациялық процестің мемлекеттік реттеу тікелей әдістері негізінен екі нысанда жүзеге асырылады: әкімшілік және ведомстволық және бағдарламалық-мақсатты. Әкімшілік және ведомстволық нысаны тікелей қаржыландыру түрінде көрініс табады және тікелей инновациялық қаржыландыру қабылданған арнайы заңдарына сәйкес дайындалады.

Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеуді бағдарламалық қамтамасыз етудің мақсатты нысаны шағын жоғары технологиялы фирмалардың, соның ішінде инновацияларды қолдаудың мемлекеттік бағдарламалары арқылы келісім-шарт негізінде қаржыландыруды талап етеді. Белгілі бір инновацияларды мемлекеттік сатып алу үшін келісім-шарттар (өнімдер, процестер, қызметтер) жүйесі, фирмалардың инновацияларға несиелік ынталандыруды қамтамасыз етеді [4].

Инновациялық саясаттың субъектілері орталық және жергілікті билік органдары, кәсіпорындар мен қоғамдық сектор ұйымдары, тәуелсіз бизнес құрылымдары, қоғамдық ұйымдар, ғалымдар мен инноваторлардың өздері болып табылады.

Дегенмен, басқа елдердегі жоспарлау тәжірибесін біздің әлеуметтік-экономикалық жағдайымызға өзгертпей көшіріп алу мүмкін емес. Бұл келесі объективті сипаттағы себептерге байланысты:

- республика басқа елдерден саяси, табиғи-экономикалық, әлеуметтік-демографиялық, этно-мәдени және тағы да басқа себептерге байланысты өзгешеленеді;

- қазіргі Қазақстан жағдайында біз ұлттық экономиканы кіру процесіндеміз және де әлемдік экономикалық тарихта әкімшілік-жоспарлық шаруашылықтан нарықтық экономикаға өткен бізге Ұқсас бір ел жоқ;

- басқару жүйесі мен шаруашылықта негізгі өзгерістер белгілі бір себептерге байланысты тиісті негіздеусіз жүргізіледі және революциялық көрініс табады, ал нарықтық экономиканы мемлекеттік реттеу шаралары олардың эволюциялық даму нәтижесің болып табылады.

Бірақ та шет елдер тәжірибесін ғылыми қорытындылау қажеттігі келесі жағдайлар бойынша түсіндіріледі: біріншіден, экономиканы мемлекеттік реттеудің қағидалары мен жүйесінің тұжырымдамалы негізін, түбірін анықтауға мүмкіндік туады, екіншіден, аралас экономиканың жалпы заңдылықтарын анықтау мүмкіндігі туады, және де бұл Қазақстан жағдайында мемлекеттік реттеудің механизмдерін құйыстыруға мүмкіндік жасайды, үшіншіден, мұндай толықтыру мемлекеттік реттеудің нәтижелерін алыстырып талдауға мүмкіндік береді және де керек болған жағдайда экономикалық реформаларды құруды, әлемдік шаруашылық процеске республиканың араласу мөлшерін ескере отырып, реформаларды дұрыс жолмен жүргізуге мүмкіндік береді [5].

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 19 наурыздағы №958 Жарлығымен бекітілген Қазақстан Республикасының үдемелі индустриялық-инновациялық дамуының 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы
2. Инновациялық менеджмент : оқу құралы / К. Б. Бердалиев [т.б.]. - Алматы : Экономика, 2020. - 326 б.
3. Купешова С.Т. Инновациялық менеджмент. – Алматы: Экономика, 2017
4. Инновациялық менеджмент: Оқу құралы / М.М. Мыңатаев, С.Б. Әбдіғаппарова, Ж.М. Мырзагельдиева, А.Т. Бөлегенова. - Алматы; Экономика, 2016 - 198 бет.
5. Инновационный менеджмент. Учебное пособие/ Под. Ред. д.э.н. А.В. Барышевой – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017г. – 384

ӘОЖ 657.01(075)

ШАҒЫН БИЗНЕС КӘСПОРЫНДАРЫНДА ЕСЕПТІЛІКТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Изекеев Е.Б., Усербай М.М., Сағындықова Л.Р.
Ғылыми жетекші – аға оқытушы Кененбаева З.М.
Университет «Мирас», Шымкент қаласы, Қазақстан

Резюме: Особенности формирования отчетности на предприятиях малого бизнеса
Summary: Features of formation of the reporting at the enterprises of small business

Қаржылық есептер субъектінің қаржылық жағдайын, қызметінің қаржылық нәтижелері мен ақша құралдарының қозғалысын объективті білдіруге тиіс. Дұрыс беру үшін операциялардың нәтижелерін, өзге де оқиғалар мен жағдайларды активтердің, міндеттемелерді, кірістер мен шығыстарды танудың анықтамаларына және өлшеулеріне сәйкес әділ көрсету талап етіледі [1].

Есеп беру дегеніміз өткен кезең уақытындағы мекеменің қаржы қорытынды көрсеткіштер жүйесі. Есеп беруді құру-есептік жұмыстың соңғы сатысы.

Мұның мәліметтері бойынша кәсіпорын жұмысын қорытындылайды және де осы уақыттағы және болашақ жоспарлауға, талдауға мәлімет көзі болып табылады. Есеп берудің өте үлкен мемлекеттік мағынасы бар. Берілген есептің мәліметтерін салық және басқа да бюджеттік төлемдерді толығымен және уақытылы төлеуді бақылау қолданады.

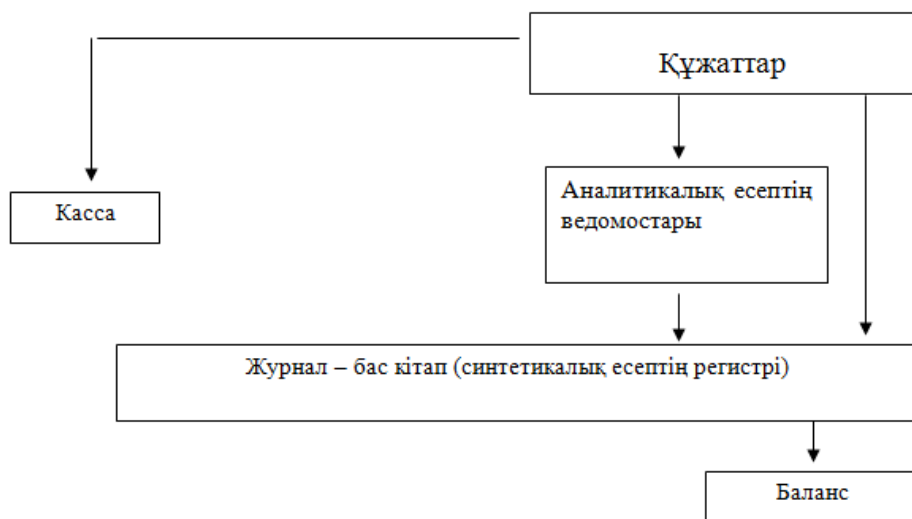
Типтік регистрлерге анықталған кемшіліктерді жою мақсатымен өзгерістер енгізілген (бухгалтерлік есепті жүргізу мен бухгалтерлердің тәжірибелі дағдыларына сәйкес): а) аналитикалық есептің барлық ведомостарына бухгалтерлік есеп шоттарына тән көрсеткіштері – «Дебет», «Кредит», айналым ведомосының реквизиттерін сақтаумен «Корреспонденцияланатын (байланысатын) шот» бағанасы енгізілген; б) шаруашылық кітабының орнына синтетикалық есептің мәліметтерін білікті қорыту, жүйелі және хронологиялық есепті өзара салыстыру мен баланс толтыру үшін ақпаратты дайындаудың мүмкіндігін беретін журнал – бас кітап енгізілген.

Бастапқы құжаттардың негізінде хронологиялық бір ізділікпен сол айдың барлық шаруашылық операциялары жазылады. Сонымен әрбір операция бойынша кітапта тіркелген сомалар тиісті шоттардың «дебет» және «кредит» бағаналары бойынша қосарлы жазудың әдісімен бейнеленеді. Әр айдың аяқталуы бойынша әрбір шот бойынша айналымдары есептеледі және тоқсанның соңында бухгалтерлік балансқа көшірілетін қалдықтар есептеліп шығарылады.

Есеп беруге қойылатын негізгі талаптар-мекеме ісінің қорытындыларын нақты, толық және шын мәнінде беру, барлық көрсеткіштердің сәйкес келуі, бухгалтерлік және оперативті- статистикалық есеп берулердің сәйкес болуы, әдістемелік және басқа үкімдерді орындау. Есеп берудің және баланс мәліметтерінің бағалауы дұрыс болмауы, есеп беру мәліметтерін ойдан шығарылған күйде өткізу мемлекетке зиян келтіретін іс болып табылады, ал басшылар мен бас бухгалтерлер заң бойынша жауапкершілік алады.

Есеп беруге қойылатын маңызды талаптардың бірі: оның мағынасын индесторлар мен акционерлерге түсінікті болуы. Есеп беру белгіленген уақытта дайын болуы тиіс.

Жоғарыдағы ұйымдар, жеке кәсіпкерлер, мемлекеттік статистика органдары және салық органдарына мекемеден бекітілмеген (қосымша) есеп берудің талап етуге рұқсат етілмейді.



Сурет 1 - Шағын бизнес субъектілерінде қаржылық есептілікті құрастыру реті

Кәсіпорындар құрылтайшылардың шешімі бойынша өзінің өндірістері мен шаруашылықтарына жеке баланс құрастыра алады. Бұл баланстардың активтері мен пассивтері мекеменің негізгі ісі бойынша жалпы балансқа кіреді. Еншілес мекемелер өзіндік баланста болады.

Кәсіпорындардың есеп беруі оперативтік–статистикалық және бухгалтерлік болып бөлінеді.

Балансты және басқа түрлі есеп берулерді уақытылы және сапалы құру үшін бухгалтерия мекемеге барлық бөлімдеріне барлық құжаттар мен

бекітілген материалды және басқа есептерді кестеге сай және толығымен қамтамасыз ету керек.

Есеп беруді құрудағы ұйымдастыру жұмысында ең маңыздысы есептегі жұмысшылар арасында міндеттемелерін дұрыс бөліп, оларға есептік жұмыс кестесін қою. Есеп беру біріншілік құжаттарды мәліметтері бойынша құрылуы тиіс, ол бекітілген есептік регистрлер мен жинақталған құжаттармен сәйкестендірілу керек. Есте сақтайтын жәйт, есептік регистрлерде жылдың басынан бір жыл және жыл соңына дейінгі мәліметтер жинақталған аналитикалық ақпараттар болу керек.

Құрылған баланс пен есеп берудің басқа түрлері көрсеткіштердің дұрыс болуы мақсатында мұқият арифметикалық және логикалық тексеру жүргізу керек. Баланстың қолдануға лайықты баланс есеп беру кезеңінің бас кезіндегі бөлімдегі ақпарат пен кесте бойынша жыл соңына жасалынатын кезеңдік бөлімдегі ақпаратқа сай болуына байланысты тексереді.

Бухгалтерлік есеп пен есеп беру құжаттарының мәліметтерінің дұрыстығын қамтамасыз ету мақсатында мүлікті және қаржылық міндеттемелерді түгендеу жұмыстарын жүргізу керек. Бұл кезде түгендеуді жылжымайтын объектілерге (ғимарат, құрылыстар және т.б.) екі жылда бір рет, кітапханалық қорларға бес жылда бір рет, ал қалған мүліктердің түгендеуі мен қаржылық міндеттемелерді-жылына бір реттен кем жүргізбеу керек. Жеке активтер, сырттан тартылған және өзіндік қаржыларға түгендеу жүргізу түрлері мен белгіленген мерзімі мекеменің есеп саясатында анықталуы қажет.

Есеп бере алдында үлкен дайындық жұмыстары жүргізіледі:

- бухгалтерияға цехтардан, қоймалардан, есеп беруші тұлғалардан құжаттардың толық түсуі-түспеуін тексеру;

- ай ішіндегі немесе жыл ішіндегі барлық шығындарды өндіріс шығындарына жатқызу;

- негізгі құралдардың амортизациясын, демалысқа төленетін резервтерді, материалдық емес активтердің амортизациясын толық есептеу;

- алдағы кезең шығындарын есептен шығару;

- материалдық қорлардың нақты өзіндік құнын анықтау [2].

Қаржылық есептерді дайындаған кезде субъектінің басшылығы өзінің қызметін үздіксіз жалғастыруға өзін қабілетін бағалайды. Субъект басшылық кәсіпорында не таратуды не коммерциялық қызметті тоқтатуды немесе осыны жасағаннан басқа, нақты баламасы жоқ жағдайларды қоспағанда, өзінің қызметін үздіксіз жалғастыруға қабілетті болып саналады. Басшылыққа қызметтің үздіксіздігінің перспективаларын айқындау кезінде үздіксіз қызметті жалғастыруға қабілеттілікке едәуір күмән тудыруы мүмкін оқиғаларға немесе талаптарға байланысты елеулі белгісіздіктер туралы белгілі болғанда бұл белгісіздіктер ашылуға тиіс. Қаржылық есептер қызметтің үздіксіздігі туралы рұқсаттар негізінде емес жасалатын кезде бұл факт қаржылық есептер жасалған негіз сияқты ашылады және оның себебі субъектінің үздіксіз жұмыс істейді деп саналмайтындығында [3].

Кәсіпорынның қаржылық есептері өзіне мыналарды қамтиды:

- бухгалтерлік баланс;
- пайда мен залал туралы есеп;
- ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп;
- капиталдағы өзгерістер туралы есеп;
- түсіндірме жазба [4].

Шағын бизнес субъектісі қаржылық есептердің және оларға қосымшалардың әрқайсысын нақты бөліп көрсетуге және оларды сол құжаттағы өзге де ақпараттан бөлуге тиіс. Бұдан басқа, субъект мынадай ақпаратты бөлуге және оны мұндайлар ұсынылатын ақпаратты түсіну үшін қажет жағдайларда қайталауға тиіс:

- есеп беретін субъектінің атауы және өткен есепті кезеңнің аяғынан бастап өткен оның атауына кез келген өзгерістер;
- қаржылық есептілік жеке ұйымды немесе ұйымдар тобын қамтиды ма екендігін көрсету;
- есепті кезеңнің және қаржылық есептерде қамтылған кезеңнің аяқталған күні;
- есептілік валютасы;
- қолайлы болған жерде – қаржылық есептердегі сомаларды ұсынған кезде пайдаланылған дөңгелектеу дәрежесі.

Бухгалтерлік баланс субъектілердің белгілі бір күнгі жағдай бойынша активтерін, міндеттемелері мен капиталын білдіреді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Нурсейтов Э.О., Нурсейтов Д.Э. Бухгалтерский учет в организациях. Учебник. Изд-во «ЛЕМ», 2015.
2. В.П. Проскурина. Бухгалтерлік есеп «басынан бастап» балансқа дейін (көмекші құрал). Алматы. ЛЕМ - 2019.
3. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет в отраслях – Алматы, Фортуна Полиграф - 2019г.
4. Нурсейтов Э.О. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика. – Алматы: ЛЕМ, 2017.

ӘОЖ 65.013

СТРЕССТІҢ СЕБЕПТЕРІ ЖӘНЕ КӘСІПОРЫНДАҒЫ МЕНЕДЖЕРДІҢ СТРЕССКЕ ТӨЗІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Илесбекова М.К., Момбек Ш.С., Беркінбай Д.Б.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Мырзалиева Г.А.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Навыки грамотного управления персоналом являются одними из ключевых в российских компаниях на сегодняшний день. Следовательно, опытные люди, работающие в данной сфере, достаточно востребованы в наши дни. Физическая и психологическая подготовка для менеджера необходима – работа с людьми является трудом, требующим постоянных усилий. Из-за высокой нагрузки и ответственности человек на подобной

должности склонен подвергаться стрессовому состоянию, которое является реальной угрозой не только для карьеры, но и для здоровья. Тема данной статьи является актуальной для российского менеджмента. В статье представлены наиболее действенные методы повышения стрессоустойчивости менеджера, подкрепленные опытом зарубежных коллег (США, Европа, Азия), а также перечислены причины стресса профессионального управленца персоналом.

Summary: The skills of competent personnel management are among the key ones in Russian companies today. Consequently, experienced people working in this field are quite in demand these days. Physical and psychological training is necessary for a manager – working with people is a labor that requires constant effort. Due to the high workload and responsibility, a person in such a position is prone to stress, which is a real threat not only to career, but also to health. The topic of this article is relevant for Russian management. The article presents the most effective methods of increasing the stress tolerance of a manager, supported by the experience of foreign colleagues (USA, Europe, Asia), and also lists the causes of stress of a professional personnel manager.

Стресс бізді күнделікті - жұмыста, үйде, көшеде сүйемелдейді. Стрессті басқару дағдылары менеджер - басқаларды басқаратын және қызметкерлерінің кәсіби тиімділігіне тікелей әсер ететін адам жұмысының кілттерінің бірі болып табылады.

Біздің елімізде персоналды сауатты басқару дағдылары жыл сайын сұранысқа ие болып келеді. Әрбір менеджер өзіне жүктелген міндеттерді шеше алмайды. Кәсіби персонал менеджері үшін физикалық және психологиялық дайындық қажет – адамдармен жұмыс күнделікті күш-жігерді қажет етеді және жоғары ұтқырлық пен бейімделуді білдіреді. Осындай жұмыс қарқыны мен жауапкершіліктің арқасында мұндай лауазымдағы адам стресстік жағдайға бейім. Оқытылмаған менеджерлер үшін мұндай жағдай тек мансапқа ғана емес, денсаулыққа да қауіп төндіреді. Демек, осы мақаланың тақырыбы Ресей менеджменті үшін өзекті болып табылады.

Стресс-бұл адам ағзасының шамадан тыс жүктемеге, жағымсыз эмоцияларға немесе жай монотонды қарбаласқа реакциясы.

Менеджердің кәсіби қызметі стресстік жағдайға әкелуі мүмкін. Себептер көптеген факторлар болуы мүмкін.

Мысалы, тым көп жұмыс жүктемесі. Көбінесе адамның мүмкіндіктері туралы қате түсінікке, жоспарлаудағы қателіктерге байланысты менеджерге ғана емес, кез-келген қызметкерге де үлкен жұмыс көлемі түседі. Бұл жұмыстар физикалық және ақыл-ой қабілеттерінің, денсаулықтың және жеке уақыттың ұзақ шиеленісін талап етеді.

Бірақ, сонымен қатар, аз жұмыс жүктемесі адамды стресстік жағдайға әкелуі мүмкін. Тапсырмалардың болмауы менеджерді ұйымдағы құндылығы туралы ойлануға мәжбүр етеді.

Менеджердің көп тапсырмасын стресстің себептеріне де жатқызуға болады. Ол бағыныштылар арасындағы барлық өзгерістерді, персоналдың жұмысына сыртқы және ішкі факторлардың әсерін және т.б. ескеруі керек. Менеджерлер үшін мұндай әрекет психикалық және физикалық денсаулыққа кері әсер етуі мүмкін.

Жұмыс орнындағы қолайсыз орта, мысалы, суық, ылғал, Шу, жылу, аз жарық немесе керісінше тым ашық, стрессті тудыруы мүмкін.

Менеджер үшін үлкен жауапкершілік сезімі стресстік жағдайдың негізгі факторы болып табылады. Менеджердің өзіне ғана емес, бағынатын адамдарға да әсер ететін шешімдерден қорқу еңбек тәжірибесінде жиі кездеседі.

Ұжымдағы қатынастар. Менеджердің міндеттері мен мәртебесі көбінесе басқа қызметкерлерде жағымсыз эмоциялар тудырады. Қызғаныш, өсек, сенімсіздік, дұшпандық – бұл тек жұмысшыларды үйлестіруге жауапты адаммен кездесуге тура келеді.

Сондай-ақ, жұмыс тобының қатысушылары арасындағы шиеленісті қатынастар негізінен үнемі жанжалдарға, үйлесімділіктің болмауына және ұжымды үйлестіре алмауына байланысты стресске әкеледі.

Ұсынылатын ақпараттың артық болуы маңызды фактор болып табылады. Әрбір менеджер берілген білімнің көп мөлшерін өңдей алмайды. Бұл әртүрлі ауырлықтағы стресстің пайда болуына әкеледі.

Бастықтар тарапынан көтермелеудің болмауы. Бұл тіпті премиум туралы емес, жігерлендіретін сөздер туралы. Басшының қарапайым мақтауы түріндегі мотивацияның болмауы көңіл-күйдің төмендеуіне әкелуі мүмкін.

Стресс жағдайында адам жүйке, ашуланшақ, көңіл-күйге ие болады, оның өнімділігі бұзылады; сонымен қатар, депрессия, қоғамнан оқшаулануға деген ұмтылыс және денсаулық проблемалары стресстік жағдайға тән.

Демек, стресс-бұл кәсіби менеджердің жұмысына кедергі.

Стресске төзімділік-бұл адамға өзінің денсаулығына, сондай-ақ басқалардың қызметіне ерекше зиянды салдарсыз кәсіби қызметтің ерекшеліктеріне байланысты айтарлықтай интеллектуалды, ерікті және эмоционалды жүктемелерге (шамадан тыс жүктемелерге) төзуге мүмкіндік беретін жеке қасиеттердің жиынтығы.

Ғалымдар Н. М.Амосов, и. И. Брехман, В. Д. Пекелистің зерттеулерінің арқасында адам денсаулығын нығайту, оның ішінде еңбек қызметін жүзеге асыру мәселесі қаралды. Стресске төзімділік мәселесін қозғайтын еңбектерде Л. М. Аболин, В. А. Бодров, П. Б. Сильберман және т. б. сияқты ғалымдардың тегі бар.

Кәсіби менеджерлер арасында стресске төзімділікті арттыру әдістеріне мыналар жатады:

1. Салауатты өмір салтын ұстану.

Адам өз денесін қалыпты жағдайда ұстап, оған қамқорлық жасауы керек. Демек, дұрыс ұйықтау (кем дегенде 7-8 сағат), жаман әдеттерден бас тарту (темекі шегу, алкоголь) және зиянды тағамдарды болдырмайтын дұрыс тамақтану дененің жұмысының маңызды аспектілері болып табылады.

Сондай-ақ, салауатты өмір салтын ұстану арқылы кәсіпорында стресске төзімділікті арттыру үшін қызметкерлерге 240 доллар көлемінде өтемақы төлейтін Triumph International (Жапония) үлгісін ұстануға болады. АҚШ жұмыс уақытында темекі шегуден бас тартқаны үшін. Nike және Deloitte Consulting

сияқты компанияларда күндізгі ұйықтауға 20 минут уақыт бөлінген кезде зарядтау үшін ұйқы насихатталады. [5]

2. Спорт.

Стресстік жағдайдағы ең қолайлы әрекет-йога. Сондай-ақ, кез-келген басқа спорт физикалық белсенділік арқылы жағымсыз эмоциялардың шығуына көмектеседі. Саябақта серуендеу және ашық ойындар өміршеңдігін арттырады.

Мысалы, Toyota зауыттарында жұмыс күні жылыту жаттығулары мен физикалық жаттығулардан басталады, ал ортіус агенттігі қызметкерлермен аэробты жаттығуларға кәсіби жаттықтырушыны шақырады. Сондай-ақ, Америка мен Еуропаның көптеген заманауи кеңселерінде дартс, үстел футболы немесе үстел теннисі үшін спорттық жабдықтар орнатылады. [3]

3. Күлкі.

Разряд үшін, ауыр жұмыс кезінде, кейбір жағдайларда күлкі көмектеседі. Жеңіл әдебиеттерді, жаңа әзілдер мен анекдоттарды оқу, комедияларды, эскиздерді немесе күлкілі бейнелерді онлайн көру және достарыңызбен жай ғана оң қарым-қатынас жасау шиеленісті жеңілдетуге көмектеседі.

Португалияда" күлкі клубтары " танымал болып келеді, онда күлкі терапиясы сеанстары стрессті тез жеңілдетеді және көңіл-күйді жақсартады.

4. Қызметкерлердің жұмыс төңірегінде қалыптасқан өмірі.

Мәскеулік компаниялардың 200 орта буын менеджерлерінің арасында әртүрлі бас аңшылар жүргізген сауалнамалардың нәтижелері көрсеткендей, көбінесе қызметкер жалақыны емес, ұйымдағы атмосфераны компаниядан кетуден сақтайды. Атмосфера-бұл достық және тығыз ұжым ғана емес, сонымен қатар тікелей тұрмыстық жағдайлар.

Кеңседе жұмысшыларға тұрмыстық қызмет көрсете отырып, басшылар мыналарға сүйенеді: қызметкер өмір туралы неғұрлым аз ойласа, соғұрлым ол жұмыс уақытының жоғалуын және эмоционалды ауысуларды азайту арқылы жұмысқа толық беріледі. Сонымен қатар, қызметкерлердің адалдығы артады. Жұмыс орнындағы қалыптасқан өмір стресстік жағдайларды азайтады, қызметкерді тыныштандырады, үй жағдайына ұқсас атмосфераның арқасында алаңдаушылықты азайтады.

Басшылардың персоналдан тұрмыстық проблемаларды алып тастауға деген ұмтылысы бизнес-орталықтардың инфрақұрылымында көрінеді. "Аврора Бизнес-парк" орталығының жаңа ғимаратында туристік агенттік, фитнес-орталық, автокөлік жуу, консьерж, аяқ киім тазалау, 2 мейрамхана, газет дүңгіршегі орналасқан.

5. Ұжымда жақсы қарым-қатынас.

Жұмыс орнындағы стресстік жағдайды төмендетудің маңызды факторларының бірі-ұжымдағы жақсы қарым-қатынас. Бірақ үлкен компаниялар үшін бұл өте қиын міндет. Ұжымда жақсы қарым-қатынасқа қол жеткізуге түрлі бірлескен тренингтер мен іс-шаралар көмектеседі. Табиғатқа бірлескен сапарлар, корпоративтер, қарым – қатынас дағдыларын дамыту бойынша тренингтер және т.б. - мұндай сабақтар қазіргі уақытта ірі американдық және еуропалық компанияларда өте танымал.

Көшбасшылар ұжымдағы достық атмосфера жұмыстағы өнімділіктің кепілі екенін жақсы түсінеді: үйлесімді жұмыс, шиеленіс пен түсініспеушіліктің болмауы, жаңа таныстар мен білімдерге ашықтық, жүктеме мен орындалатын міндеттердің артуы. Достық ұжымда адам жағымсыз эмоцияларға ұшырамайды және жұмыс процесіне толығымен тәуелді.

Бастықтардың мотивациясы мен мақтауы да адамның стресске төзімділігін арттыратын факторлар болып табылады. Жоғарыда жазылғандай-басшылардың қызметкерлердің жетістіктеріне немқұрайлылығы стресстің себебі болып табылады. Демек, тәжірибелі бастық мақтау сөздері кейде премиумға қарағанда жақсы мотивация бола алатынын біледі.

Туыстары мен достарының қолдауы стресске төзімділікті арттырудың ең маңызды жолы болып табылады. Жақын адамдар әрқашан дұрыс сөздерді, сізді стресстік жағдайдан шығарудың жолдарын таба алады. Отбасылық психологтардың көпшілігі сүйіктілерімен жиі серуендеуге кеңес береді – бұл көңіл-күйді көтеруге және қарым-қатынасты нығайтуға көмектеседі.

Өзіңіздің сүйікті ісіңізбен айналысу адамға демалуға, жұмыстағы проблемалар туралы біраз уақыт ұмытуға көмектеседі. Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, Нью-Йорктегі жұмыспен қамтылған халықтың шамамен 70% – ы бос уақытын белсенді өткізуді ұнатады-спорт залы, жүгіру, скайдайвинг, жағажайға саяхат. Сауалнамаға қатысқандардың айтуынша, физикалық белсенділік жұмыста алған жағымсыз эмоциялардан толықтай арылуға, сондай-ақ жағымды эмоцияларға серпін алуға көмектеседі.

Жұмыстағы жоғары психикалық стресс көбінесе стресстің себептерінің бірі болып табылады. Стресстік жағдайды бейтараптандыру-бұл қызметкердің өзі ғана емес, сонымен қатар оның тікелей басшыларының басты міндеті. Көптеген еуропалық және азиялық компаниялар арнайы тренингтер, өнімділікті арттыратын бағдарламалар енгізу және әртүрлі ойындар арқылы ұжымдағы атмосфераны жақсарту арқылы жұмыс орнындағы стресспен күресу әдістерін сәтті дамытуда. Бұл әдістер менеджердің жұмысына жақсы әсер етеді. Кәсіби менеджер клиенттермен, бағыныштылармен, серіктестермен көп қарым – қатынас жасауы керек-оның жұмысы үлкен бейімделуді, қарым-қатынасты және стресске төзімділікті қамтиды. Мұндай бай белсенділік көбінесе теріс нәтижелерге әкеледі. Сондықтан, осы мақалада келтірілген әдістердің әрқайсысы адамға ішкі қайшылықтарды жеңуге және жетістікке жетуге көмектеседі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Аболин Л.М. «ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ»; ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ (поступление в редакцию 1988г.);
2. Бодров В.А. «Информационный стресс»; изд. «ПЕР СЭ» - от 2000г.; стр. 352; ISBN 5-9292-0010-6
3. Мельник Шэрон «Стрессоустойчивость. Как сохранять спокойствие и высокую эффективность в любых ситуациях», пер. С. Чигринец. Изд. – Мск, 2014. – 56с.

4. Пекелис В.Д. «Твои возможности человек»; изд. «Ленанд» - от 2015г; стр. 312; ISBN 978-5-9710-1272-6;

5. Шингаев С. Журнал «Известия» Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Выпуск 2009 г – 6с.

УДК 659.13

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА

Иристаев А.З., Тлеуберген Т.Н., Эргашев М.А.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко О.А.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: мақалада "бренд", "бренд", "тауар белгісі", "брендинг" анықтамаларына қатысты мәселелер қарастырылады. Тауар белгілерінің түрлері зерттеледі – ауызша, аралас, бейнелеу. Брендтің негізгі белгілері көрсетілген.

Summary: the article discusses issues related to the definition of "brand", "trademark", "trademark", "branding". The types of trademarks are studied – verbal, combined, pictorial. The main distinctive features of the brand are indicated.

В настоящее время маркетинг приобретает новый смысл, выступая в качестве действия по разработке, внедрению и развитию бренда, представленного в сознании потребителя в виде бренда, тем самым существенно модифицируя сам маркетинг, выделяя в нем ключевое направление - брендинг. Однако в современной теории и практике, как иностранной, так и внутренней, интерпретация и использование бренда и брендинга в качестве маркетинговых концепций и инструментов имеют разные подходы.

Рассмотрим понятия "бренд", "товарный знак", "брендинг". Первоначальное использование этого термина было связано с операциями по маркировке домашнего скота и предметов домашнего обихода. Мы можем представить наиболее распространенные формулировки.

Дэвид Аакер определяет бренд как особое название и символ, предназначенный для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для дифференциации этих товаров от аналогичных конкурирующих продуктов. По его словам, бренд сигнализирует потребителю об источнике продукта и защищает как потребителя, так и производителя от конкурентов, пытающихся представить продукты, которые внешне выглядят идентично [1].

По мнению В. Домнина, «брендом является не сам товар, а то, как его воспринимают потребители; это образ в потребительском сознании, имеющий определенное отношение к товару» [2].

По мнению зарубежных организаций, например, Американской маркетинговой ассоциации (АМА), бренд как продукт брендинга — это «название, слово, дизайнерское решение или их комбинация в целях

обозначения товаров и услуг конкретного продавца или группы продавцов для отличия их от конкурентов»

Бренд – «это убедительное обещание качества, обслуживания и ценности на длительный период, подтверждающее тестирование продукта, повторные покупки и удовлетворенность использованием» [3]. В этом основное различие между брендом и товарным знаком, который является просто носителем набора ценностей для потребителя. Задача компании в современных условиях – организовать процесс превращения товарного знака в бренд.

Известный маркетолог П. С. Завьялов дает следующее определение товарного знака: «Товарный знак (торговая марка) — зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя. Он представляет собой рисунок, символ, знак, определенное сочетание букв, цифр. Понимаемый как средство индивидуализации производителя товарный знак рассматривается как торговая марка или фирменный знак» [4]. Без разрешения владельца никто не может использовать товарный знак.

Виды товарных знаков.

1 словесные товарные знаки (буквы, цифры, слова), например "MTS (Мобильные Теле Системы)", "SONY" (Sony) — просто композиция шрифта, в теории дизайна называется логограммой. Словесные знаки являются самыми популярными среди всех видов товарных знаков.

2 изобразительно-графические (рисунки, композиции, картины), например, знак (логотип) "Мерседес", "Ауди" и др.

3 комбинированный-смешанный (сочетание слов и образов), например, Сбербанк России.

Вербальные сигналы составляют большинство (до 80%). Количественное преимущество продиктовано тем, что вербальные и смешанные знаки используют дополнительный рекламный канал (радио). Кроме того, вербальные сигналы имеют преимущества перед другими типами - они влияют на потребителя одновременно как звуковыми, так и смысловыми факторами.

Большинство известных брендов с богатым смыслом и ценностями начали свою историю как простые названия инновационных продуктов и услуг, которые отличаются от названий конкурентов.

Эти имена обычно выбираются случайным образом, без предварительного исследования или анализа. Название "Кока - Кола" отражало составляющие нового продукта: "Мерседес" - имя дочери г - на Даймлера, "Ситроен" - фамилию, "Адидас" - слово, образованное именем и фамилией Адольфа Дасслера (Адольф Дасслер).

Со временем бренд приобретает все большую независимость и, отделяясь от своего первоначального значения, часто связанного с именем основателя компании или спецификой продукта, формирует собственный способ информирования (о товарах), обращения к общественности и поведения.

Например, немногие британцы вспоминают слово «clean» (чистый), когда
Например, немногие британцы помнят слово «чистый», когда говорят

«Клинекс», и очень немногие французы думают о листьях лотоса, когда говорят «Лотос». Название продукта становится собственным именем, которое само по себе не имеет смысла, но наполнено ассоциациями, сформированными на основе опыта (использование товаров и услуг), распространения информации «из уст в уста» и рекламы.

При выборе слова важно обратить внимание на его перевод, так как он может совершенно не соответствовать задумке, которая должна понравиться покупателю. Например, название автомобиля "Лада Нова", неудачное в переводе на испанский язык, - это то, чем он не управляет. Фиат автокорпорация, выходя на скандинавский рынок с брендом Уно, выяснила, что в Финляндии это слово означает «дурак». Марка советского автомобиля «Запорожец» с финского переводится как «свиной хвост», поэтому автомобиль продавался под названием «Ялта». На арабском языке слова «жигул» и «загул» означают крайне невежественный и фальшивый. По-французски «Жигули» имеет сходство с «жиголь» (сутенер). Именно поэтому в экспортном варианте советские автомобили получили название «Лада».

Через органы слуха, зрения и обоняния человек получает окружающую информацию, которая в закодированном виде доставляется в мозг. Более того, последний анализирует не слова, а их коды — человек мыслит знаками, образами, но не понятиями. Торговая марка, созданная на основе принципа кодирования пользы для потребителя, легче усваивается и полностью обрабатывается, воздействуя на психику всей своей массой. Чем короче восприятие знака, тем быстрее реакция на визуальные образы. Более того, он запрограммирован в самой структуре генов человека.

Таким образом, можно выделить следующие условия, которым должно соответствовать выбранное словесное обозначение:

- * будьте краткими, т.е. наименьшее количество слов в предложении или слоги в слове. Сверхдлинные имена трудно переваривать и трудно воспроизводить;

- * легко читается (не перегружайте слово сложным выполнением шрифта);

- * легко произносить (сочетание букв должно быть созвучным);

- * будьте индивидуальны (не как другие слова);

- * привлечь внимание (с помощью комбинации букв или оригинального шрифта);

- * иметь смысловую нагрузку;

- * не нести негативную информацию в переводе;

- * легко запомнить;

- * содержать упоминания о положительных качествах продукта или его использовании;

- * иметь новизну и, следовательно, возможность регистрации[5].

Грамотно подобранное словесное обозначение товарного знака (товарного знака) во многом определяет последующую возможность его продвижения и способствует повышению уровня реализации товара.

В отечественной практике можно выделить пять основных характерных характеристик бренда.

1 фирменный продукт способен получить большую долю рынка, чем аналогичный продукт, продвигаемый под брендом, отличным от бренда.

2 спрос на продукты, продвигаемые под ведущими брендами, растет более высокими темпами, чем спрос на продукты, продвигаемые под другими брендами.

3 фирменный продукт в своем сегменте может позиционироваться в более высоких ценовых диапазонах, чем аналогичный продукт, продвигаемый под брендом, отличным от бренда.

4 присутствие известных брендов в портфеле компании позволяет производственным компаниям торговаться со сторонними дистрибьюторами, поскольку бренды приносят большую прибыль на метр торговых площадей.

5 для брендов значительная часть потребителей (25-50%) абсолютно лояльна, т. е. готов отказаться или отложить покупку, а не пойти на замену; в то время как для «обычных» брендов уровень абсолютной лояльности не превышает 10-15%.

В заключение можно сказать, что бренд способен принести компании вполне ощутимую экономическую выгоду. Поэтому желание компаний превратить свои бренды в бренд вполне оправдано.

Понятия «товарный знак» и «бренд» могут быть идентичными и подразумевать товарный знак плюс все, что потребители знают и думают о конкретном продукте. Это образ, который возникает в сознании потребителя как реакция на товарный знак, это обещание производителя через продукт постоянно предоставлять потребителю определенный набор качеств, ценностей и услуг. При этом понятие «бренд» более полно, отражает эмоциональную составляющую отношения потребителя к продукту и дает всестороннее представление о товаре. Бренд, в отличие от бренда, более стабилен - он имеет «внутренний запас прочности» в интеллектуальном и материальном плане, что позволяет даже при совершении маркетинговых ошибок выйти из кризиса с наименьшими потерями.

В настоящее время важно, чтобы многие компании знали, что зарегистрированный товарный знак (бренд, товарный знак) является необходимым условием для успешной работы на конкурентном рынке.

Список использованной литературы:

1. Д. Аакер Создание сильных брендов <https://studfile.net/preview/2867554/page:2/>
2. Бренддинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с.
3. Браун, Стивен Гарри Поттер. Волшебство бренда / Стивен Браун. - М.: Олимп-Бизнес, 2020. - 264 с.
4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: 3В Учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2002. - 496 с. - (Серия «Высшее образование»).
5. Питерс, Том Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью / Том Питерс. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 240 с.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ ПО ЦЕНТРАМ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Искакова С.Б., Мурзат З.Е., Тешабоева Н.Т.
Научный руководитель – к.э.н., старший преподаватель Туребаева Ж.К.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада маңызды шығындарды талап ететін жауапкершілік орталықтары бойынша бюджеттеу және шығындарды бақылау қарастырылған, сондықтан осы мәселелерді шешу экономикалық тиімділікке және бюджеттеудің үйлесімді жүйесін құруға ықпал етеді.

Summary: The article deals with budgeting and cost control for responsibility centers, which requires significant costs, so solving these issues contributes to economic efficiency and creating a coherent budgeting system.

В Республики Казахстан на всех уровнях управления законодательно устоялась вся система финансовой, налоговой отчетности, так как реформирование в системе бухгалтерского учета базировалось на международных стандартах и методологически разработанная казахстанскими экономистами устоялась за эти годы. Однако этого нельзя сказать об управленческом учете.

В международной практике формирование и ведение управленческого учета осуществляется каждой организацией самостоятельно, с целью сохранения «тайн» и «секретов» как производственно – технического характера, так и соблюдения секретности экономических расчетов формирования себестоимости выпускаемой продукции, оказываемых услуг. Следовательно, при организации управленческого учета на наших предприятиях следует строго ориентироваться на эти вопросы управленческого учета. При формировании учетной политики необходимо предусмотреть перечень статей затрат, шифры и названия статей счетов и субъектов, по которым складываются затраты на производство продукции по калькуляционным статьям по видам продукции, ассортименту, видам услуг и тд. При этом необходимо предусмотреть возможность использования этих показателей в бюджетном планировании [1].

Составление начального «первичного бюджета» на конкретный вид продукции, услугу на основе форм и показателей, предусмотренных учетной политикой на носителях первичного учета, позволяет по мере их наполнения бюджетными показателями и фактическим их выполнением, отраженных в управленческом учете, является основанием для выявления «отклонений» по каждой статье бюджета и фактических показателей. Следующим этапом работы является анализ причин и виновников отклонений, как положительных, так и отрицательных. Широкое использование автоматизированных систем учета и отчетности позволяет включить в эту систему программы и показатели, предусмотренные бюджетных показателей с последующим выявлением отклонений от заданных параметров.

На сегодняшний день одним из важных вопросов, требующих своего решения на средних предприятиях и организациях, является высокий уровень конкуренции на рынке. Многие стратегические вопросы решаются в условиях недостаточности дополнительной оперативной информации по вопросам производств, наличия заказа, ценовых возможностей по продажам. Поэтому ограничение возможности сопоставления динамики ожидаемых и конкретных сведений потока информации организации приводит к снижению финансовых результатов. Кроме того, если (на каком то уровне) возникает необходимая информация, она не всегда доходит до руководителя организации. В результате, руководитель принимает решение по опыту или интуитивно, этот метод лучше чем принимать решение на основании информации заранее неверной или сфальсифицированной выгоду получения «хороших» результатов.

Как показывает практика, даже в передовых консалтинговых организациях требуется значительное время для поиска необходимой информации, что неблагоприятно влияет на повышение эффективности менеджмента.

Как показывают исследования, проведенные консалтинговыми организациями в том числе в сферах сельского хозяйства и машиностроения, фактически, система бюджетирования на уровне конкретных подразделений осуществляется в совокупной табличной форме, причем за составление таких бюджетов в табличной форме в каждом подразделении отвечают специальные подразделения. Такое осуществление бюджетов нельзя называть системным бюджетированием, так как в них отсутствует взаимосвязь компонентов, между собой показателей, они в большой степени либо абстрагированные либо работают устаревшими показателями.

Важной составной частью реформирования бюджетирования является реализация организационной технологии, создание системы комплексного обеспечения бюджетирования и управленческого учета и ее реализация на практике.

Полномасштабное внедрение бюджетирования в системе управленческого учета организации по сути можно отнести к реконструкции организации и создания системы управленческого учета и бюджетирования как единая структурная единица требует осуществление следующих мероприятий организации. Исходя из основной цели следует осуществлять корректировку задач, а также довести до каждого исполнителя финансовые цели, кроме того необходимо решение бизнес – процессов для этого необходимо ясное понимание каждого работника в выполнении своих задач в общем деле.

Если при создании бюджета нет системного подхода, то она превратится в обыденную ситуацию, кроме того, если не ставятся реальные задачи, то реформирование бюджетной системы затруднительно и поэтому бюджет следует разрабатывать соответственно бизнес- операциям, а также предусмотреть взаимосвязь между ними, обоснованной в виде табличной шахматной формы с отражением записи в них методом двойной записи, где по горизонтали

располагаются отражающие дебетуемые счета, а по вертикали записываются корреспондирующие счета по кредиту.

Подобные бизнес планы можно составить и по другим циклам деятельности организации, как например цикл заготовки и снабжения; цикл продаж; цикл оплаты; цикл инвестиционной деятельности.

Эти показатели заполняются на основании калькуляционного листа по каждому виду, ассортименту готовой продукции на калькуляционную единицу продукции, услуги. Многие исследователи придерживаются настоящего мнения, встречаются и противники этого взгляда. они часто снижают значение процесса бюджетирования. Это связано с особенностями функционального различия служб снабжения, производства, продаж, инвестиции, финансов, а также необходимостью бюджетного определения различных направлений деятельности подразделений организации, а также установления причин возникновения отклонений и принятием экономических решений по каждому факту, установленных нарушениях.

Составление в ручном варианте бизнес планов в крупных предприятиях затруднительно, так как это требует значительных затрат труда и денежных средств, кроме того, возникает вероятность допущения технических ошибок. В современных крупных предприятиях, в основном, действуют крупные информационные центры, которые позволяют устранить вышесказанные опасения. А для повышения эффективности создания бизнес планов, бюджетного планирования в сочетании с методом двойной записи по методу бухгалтерского учета, предложенного нами, может способствовать реальному его осуществлению для пользы коллектива [2].

Вместе с тем, при анализе сопоставления плановых показателей с фактическими сведениями, полученными в бухгалтерском учете, могут возникнуть трудности. К недостаткам сложившейся практики бюджетирования в организациях РК можно отнести: трудоемкость процесса (неравнозначность восприятия целей участками). Поэтому подготовленные ими документы в полном объеме не могут быть использованы в финансовом анализе.

- Когда плановые показатели не связаны между собой и последовательность не всегда понятна, достоверность плановых данных низка.

- Способы и приемы бюджетирования не систематизированы, а также при изменении других плановых показателей невозможно проводить заново, качественное исследование и составление планирования невозможно.

- Много времени требует процесс бюджетирования для принятия оперативных решений, может снизиться его пригодность.

- Возникают сложности при осуществлении корректировки плановых и фактических результатов для анализа.

- В системе современного планирования слабо применяются возможности новых и информационных технологий, что усложняет процесс внедрения многовариантного планирования.

- Экономическое планирование не доводится до уровня финансового планирования, в результате чего не удается определить потребности в финансировании.

На наш взгляд, создание системы бюджетирования должна осуществляться на базе технологии и правил ведения бухгалтерского учета. Эти правила охватывают все показатели, используемые при управлении организацией, для этой цели что обеспечивает достоверной информацией, которая позволяет увидеть процесс хозяйственной деятельности.

Таким образом, совершенствование системы бюджетирования на предприятиях Казахстана является трудоемким процессом. Получение необходимой информации требует существенных затрат, по этому решение этих вопросов способствует экономической эффективности и создания стройной системы бюджетирования.

Список использованной литературы:

1. Назарова В.Л. Фурсов Д.А. Фурсова С.Д. Управленческий учет: Учебник / Алматы : Экономика, 2018.-308с.
2. Тайгашинова К.Т. Управленческий учет: учебное пособие/2-е изд., перераб. И доп. – Алматы :LEM, 2016.-350с.

УДК 007

СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Ишметова Я.Е., Шинтяпин П.Ю., Рахманкулов А.А.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко О.А.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада цифрлық экономика жағдайында заманауи бизнестің дамуы қарастырылады. Қазақстан үшін цифрландырудың, сондай-ақ экономиканың нақты секторын жаңғыртудың маңызды құралы ретінде ақпараттық-коммуникациялық технологияларды дамыту проблемаларын шешу тұрғысынан цифрлық трансформацияның рөлі.

Summary: The article deals with the development of modern business in the digital economy. The role of digitalization for Kazakhstan, as well as digital transformation in terms of solving the problems of developing information and communication technologies, as an important tool for modernizing the real sector of the economy.

За последние десятилетия мир стремительно движется к экономике нового типа, где основным инструментом ее формирования становятся цифровые технологии. Расширение роли информационных технологий в работе частного и государственного секторов является основой для перехода к цифровому государству.

Информация — ключевой ресурс в современном мире. Ежесекундно человечество генерирует огромные массивы цифровых данных, которые не только занимают место в хранилищах, но и помогают компаниям вести бизнес. Чтобы воспользоваться всеми возможностями доступной информации,

необходимо ее аккумулировать, структурировать и анализировать. Цифровая трансформация предприятия способствует этому благодаря прогрессивным технологиям, например, Big Data (большие данные) или Artificial Intelligence (AI, искусственный интеллект). Они направлены на обработку потоков информации, на основании которой можно принимать решения, адаптировать предложения под конкретных клиентов и прогнозировать их поведение[1].

На сегодняшний день более 15 стран мира реализуют национальные программы цифровизации: Дания, Норвегия, Великобритания, Канада, Германия, Саудовская Аравия, Индия, Россия, Китай, Южная Корея, Малайзия, Сингапур, Австралия, Новая Зеландия и Казахстан.

Китай в своей программе «Интернет плюс» интегрирует цифровые индустрии с традиционными. Сингапур формирует «Умную экономику», Канада создает ИКТ-хаб в Торонто, драйвером которой становится ИКТ. А Южная Корея в программе «Креативная экономика» ориентируется на развитие человеческого капитала, предпринимательство и распространение достижений ИКТ, а Дания фокусируется на цифровизации госсектора.

В программе «Цифровой Казахстан» в республике ожидается прогрессивное развитие цифровой экосистемы для достижения устойчивого экономического роста.

Правительство и государственные органы Казахстана, осознавая важность информатизации общества и развития цифровых технологий в определении долгосрочного экономического роста, принимают активное участие в развитии данной сферы как одного из ключевых направлений государственной политики

В ключевом мировом рейтинге развития ИКТ, рассчитываемом под эгидой ООН – ICT Development Index, – Казахстан в 2016 году занимал 52-ю строчку из 175-ти, не изменив своего положения с 2015 года. В результате реализации Программы и других стратегических направлений страна поднимется в рейтинге до 30-го места к 2022 году, 25-го места к 2025 году и до 15-го места к 2050 году. Казахстан также является догоняющей страной и в рейтинге e-intensity международной консалтинговой компании The Boston Consulting Group с точки зрения текущего уровня цифровизации. Для преодоления догоняющего статуса в Программе требуется наличие революционных, прорывных мероприятий по всем направлениям цифровизации, стоящим на повестке стран мира.

Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, в которую входят и сервисы по предоставлению онлайн-услуг, и электронные платежи, и интернет-торговля, и краудфандинг и прочее.

Цифровой разрыв между государствами-лидерами и отстающими странами увеличивается год от года. Ключом к сохранению конкурентоспособности нашей экономики является развитие цифровой составляющей совместными усилиями государства и бизнеса на производстве, в управлении, коммуникациях и развлечениях. Цифровая трансформация – это

не просто автоматизация, а создание новых бизнес-моделей, новых рынков и новых потребителей, которые должны привести к экономическому росту и извлечению прибыли. Сегодня цифровой мир не спрашивает, готов ли ты к изменениям, так как он меняется глобально. Для Казахстана цифровизация – это единственный способ выйти из воронки сырьевой экономики.

Цифровая трансформация приобретает для Казахстана особый смысл как с точки зрения решения задач развития информационно-коммуникационных технологий, так и с позиции использования достижений цифровой революции в качестве важнейшего инструмента модернизации реального сектора экономики.

Согласно программе «Цифровой Казахстан» планируется достижение высоких конечных результатов: к 2025 г. создать добавочную стоимость в отраслях экономики на 1,7 - 2,2 трлн. тенге; с 2018 по 2022 гг. обеспечить создание 300 тыс. рабочих мест; до 30% прироста ВВП с 2025 г.; к 2025 г. в промышленном секторе ожидается внедрение 65% крупными предприятиями металлургической промышленности технологии «Индустрии 4.0», с эффектом от внедрения данных технологий в сумме 140 - 200 млрд. тенге [2].

Обычно главными элементами цифровой экономики называют электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу, а также интернет-игры. В данный момент понятие цифровая экономика можно применить во многих аспектах современной жизни.

Рынок интернет коммерции в Казахстане также прирастает в денежном выражении каждый год, так, например объем рынка увеличился с 226 млрд тенге в 2016 году до 330 млрд в 2018 году и продолжил рост в 2019 году . В современном мире трудно представить себе, что какой-то товар нельзя купить в интернете, найти партнеров в интернете, сравнить цены поставщиков и заказать там, где более выгодно и удобно.

Казахстан является стратегически важным партнером России. Страны граничат на очень большой территории, что помогает торговать и возить товары с нескольких сторон. С 2009 года Казахстан и Россия подписали документ о едином таможенном союзе для упрощения товародвижения между стран. Логистика в Казахстане развивается, появляются новые инвесторы, открываются новые компании, расширяются автопарки[3].

Цифровая трансформация подразумевает использование современных технологий для повышения производительности и ценности предприятия в современном мире. Три самых главных эффекта от цифровой трансформации, которые отмечают клиенты по всему миру - это сокращение затрат, улучшение качества услуг и продуктов и увеличение продуктивности. 61% компаний отмечает, что цифровые технологии способствовали росту конкуренции в их бизнесе со стороны новых игроков. Сегодня уже 44% компаний в мире имеют стратегию цифрового развития. Если просмотреть список этих компаний, среди них можно увидеть Google, Microsoft, Rambler, KPMG и множество других передовых компаний. С уверенностью можно говорить, что с цифровизацией экономики в бизнес пришли огромные возможности для роста и развития. И эти возможности прибавляются в геометрической прогрессии.

В мировых рейтингах цифровой конкурентоспособности именно отставание корпоративного сектора в области цифровых внедрений тянет Казахстан назад. Исправлять эту ситуацию предстоит через создание системы стимулов к внедрению цифровых технологий для предпринимателей. В приоритете - совершенствование нормативной базы и создание особых условий для привлечения инвестиций в цифровые проекты. В решении этих сложнейших задач неопределима роль человеческого капитала.

По предварительным подсчетам прямой эффект от цифровизации экономики к 2025 году позволит создать добавочную стоимость на 1,7 – 2,2 трлн. тенге, таким образом обеспечив возврат от инвестиций в 4,8 – 6,4 раза к 2025 году к общим объемам инвестиций с учетом частных инвестиций.

Цифровизация имеет влияние на все сектора и приведет к изменению структуры экономики Казахстана в целом путем диверсификации и раскрытия потенциала не сырьевых отраслей, стимулирования стартап-активности и открытия «новых отраслей». При этом степень влияния цифровых технологий в разных отраслях неоднородна - наибольший потенциал создания стоимости предполагается в рамках традиционных отраслей экономики Казахстана, в том числе сырьевого сектора, но также открываются принципиально новые возможности создания стоимости в электронной торговле, ИТ-секторе и финансовой индустрии.

Подводя итог, отметим, что находясь на волне мировых трендов, Казахстан ставит долгосрочные задачи, связанные с цифровой трансформацией, стране предстоит найти свою нишу в глобальной цифровой экономике, подготовить квалифицированные кадры для работы в этой сфере.

Список использованной литературы:

1. План мероприятий по реализации Концепции кибербезопасности («Киберцит Казахстана») до 2022 года. Утвержден постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 октября 2017 года № 676. 4. Закон Республики Казахстан от 24 мая 2018 года 156-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования регулирования предпринимательской деятельности».

2. Государственная Программа «Цифровой Казахстан». Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827. 71

3. Аубакирова Г.М. Цифровая трансформация экономики Казахстана// Проблемы теории и практики управления, Россия, Москва, №2, 2019, С.18-26.

УДК 338

ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН САҚТАУ

Кененбаева Ж.Т., магистр, аға оқытушы

Эгамбергана Д.Ш., GB414-21 тобының студенті

Шымкент қ., Академик Ә. Куатбеков атындағы Халықтар достығы университеті

Резюме: Экономическая безопасность-система, защищающая жизненные интересы государства. В качестве объектов охраны рассматриваются: народное хозяйство

государства в целом, отдельные регионы государства, отдельные сферы и отрасли хозяйства. Физические и юридические лица хозяйственной деятельности-как субъекты.

Summary: Economic security is a system that protects the vital interests of the state. As objects of protection, the following are considered: the national economy of the state as a whole, individual regions of the state, individual spheres and branches of the economy. Individuals and legal entities of economic activity - as subjects.

Экономикалық қауіпсіздік-бұл экономиканың ұлттық және халықаралық деңгейлердегі қоғамдық сұраныстарды тиімді қанағаттандыру қабілеті. Басқаша айтқанда, экономикалық қауіпсіздік дегеніміз-ұлттық экономиканың тиімді қарқынды дамуына қоғамның, мемлекеттің, жеке тұлғаның сұраныстарын қанағаттандыру қабілетіне қолайлы жағдай жасайтын, әр түрлі қауіптер мен шығындардан кепілдендіретін ішкі және сыртқы талаптар жиынтығы.

Экономикалық қауіпсіздік өз ішінде күрделі ішкі құрылымдардан тұрады. Үш негізгі элементтерін атауға болады.

- Экономикалық тәуелсіздік, халықаралық экономикалық еңбек бөлінісі, ұлттық экономикаларды бір-біріне тәуелді етеді. Осы шартпен экономикалық тәуелсіздік мемлекет пен ұлттық ресурстарды бақылау мүмкіндігін білдіреді, өнімнің тиімділігін және сапасын арттыру арқылы оның бәсекелік қабілеттілігін және әлемдік саудада тең жағдайда қатысуын, ғылыми-техникалық жетістіктердің айырбасын қамтамасыз етеді.

- Ұлттық экономиканың тұрақтылығы және орнықтылығы. Меншіктің барлық формаларын қорғауды, кәсіпкерлік белсенділік үшін кепіл және сенімді жағдай жасауды, экономикадағы қылмыстық құрылымдармен күресті, әлеуметтік сілкіністі тудыратын, пайданы бөлуде аса маңызды алшақтықты жібермеу т.б. көздейді.

- Прогресске және өзін дамытуға бейімділік қабілеттілігі. Әлемнің қарқынды дамуында қазіргі заманға сай маңызды болып табылады. Инновация және инвестиция үшін қолайлы жағдай жасау, үнемі өндірістің модернизациясы, жұмыскерлердің машықтылық, білімділік және жалпы мәдениеттілік деңгейін жоғарлату, ұлттық экономиканың өзін сақтауының және орнықтылығының міндетті және қажетті шарты болып табылады.

Экономикалық қауіпсіздік ол ұлттық экономиканың үнемі жаңару және өзін жетілдіру қабілеттілігі, оның тәуелсіздігін, тұрақтылығын және орнықтылығын қамтамасыз ететін шарттар мен факторлардың үйлесімділігі.

Солардың бірі экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету және мүмкін деген теріс тенденцияларды анықтау әрі тәуекелдерді басқару мақсатында республикадағы және әлемдегі экономикалық ахуалды бақылау тұрғысында мониторинг жүргізу болып табылады.

Үстіміздегі жылы Қазақстан экономикасы әлемдік қаржы нарығындағы ауқымды дағдарыстар, энергия ресурстары мен азық-түлік тауарлары нарығындағы баға конъюктурасы жағдайында дамып келеді. Оның сыртында АҚШ, Жапония, Еуроодақтың көптеген елдері тәрізді экономикасы дамыған мемлекеттерде өсу қарқынының төмендеуі бүтіндей алғанда бүкіл әлем экономикасының тежелуіне әкеліп соқтырып отыр. Әлемдегі инвестициялық

және іскерлік белсенділіктің бәсеңсуі Қазақстан экономикасының дамуына да өзіндік із қалдырды. Оның ықпалы әсіресе әлемдік экономикамен неғұрлым тығыз интеграцияланған секторларға анағұрлым күштірек әсер етіп отыр. Әлемде тұрақты экономикалық өсудің негізгі факторы өнеркәсіптің тиімді қызметі ретінде танылады, ол өз кезегінде экономиканың басқа секторларын дамытуға және әлеуметтік салада маңызды рөл атқарады. Мемлекеттің әлемдік нарыққа табысты енуінің және еңбек ресурстарын жаһандық бөлудің шешуші жағдайының бірі ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі және оның халықаралық сапа стандарттарына сәйкестігі болып табылады. Қазақстан Республикасының өнеркәсібі еліміздің ұлттық экономикасының аса маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Ол өз құрамында ресурстардың өндірісі мен өңделуін, оларды түрлендіру мен тікелей жеткізушілерге пайдалану үшін қолайлы болатындай түрінде және белгілі бір сапалық параметрлерімен жеткізуді қамтамасыз ететін кәсіпорындарды, ұйымдарды, құрылыстар мен технологиялық объектілерді біріктіреді.

Ұлттық экономиканың деңгейін зерттеумен байланысты халық шаруашылық көрсеткіштеріндік категорияларын; ұлттық табысты, инвестицияны, жинақты, жұмыспен қамтуды т.б. талдауда тепе-теңдікті қолдана беруге болады. Бүкіл экономика көлемінде қоғамның кірістері мен шығыстарының тепе-теңдік бірінші кезекке шығады. Бұл ұсыныс өндірілген ұлттық табыс пен сұраныстың пайдаланылған ұлттық табыс арасындағы тепе-теңдіктің өзіндік көрінісі. Мұндағы маңызды мәселе: жұмыспен толық қамтылған жағдайда кіріс пен шығыстың тепе теңдігін нарықтық тетік мемлекет көмегімен нарықтық тетікке түзету енгізуге араласудың қажеттігі өзінен өзі туындайды.

Өткен жылда ел экономикасының негізін құрайтын салаларда оң тенденциялардың сақталуы байқалуда. Мәселен, өнеркәсіп өндірісінің өсу көлемі, оның ішінде кен өндіру өнеркәсібінде-5,3 пайыз, электр энергиясын, газ бен суды өндіру мен таратуда өсіп тұрғаны байқалады. Ауыл шаруашылығындағы жалпы өнім көлемі 20,2 пайызға артып, оның ішінде өсімдік шаруашылығында өсім 70,0 пайызға жетіп отыр.

2017 жылдың болжамды қорытындысы бойынша ЖІӨ көлемі 2009 жылға қарай 41% өседі, бұл нысаналы мәнінен 7,7 пайыздық тармаққа жоғары. Халықаралық резервтердің көлемі Ұлттық қорды ескере отырып, ЖІӨ-ден 66,1% дейін өседі. Елдегі экономикалық жағдайдың дамуындағы оң көрсеткіштердің арасынан негізгі капиталға салынған инвестициялардың артқанын атап көрсетуге болады. Тұрғын үй құрылысы қарқынының төмендегеніне қарамастан экономикадағы құрылыс жұмыстарының көлемі 4 пайызға өскен. Құрылыс нарығындағы жағдайдың өзгеруіне байланысты экономикаға салынатын инвестициялар қысқарады деген болжам да расұқа шыққан жоқ. Қызмет көрсету саласында да сол сияқты өсу қарқыны сақталған. 2021 жылда депозиттер көлемінің де өсуі байқалды.

Сонымен, ұлттық экономика және оның қызмет ету деңгейі, қазіргі жағдайда материалдық өндіріс салаларының интенсивті даму жолына көшуімен байланысты, өндірістік емес салада еңбек өнімділігінің қарқындырақ өсуіне

жол ашады, яғни өндірістік емес саланың жанды және затқа айналған еңбегін үнемдеу есебінен де мүмкін болады. Осының бәрі ұлттық экономикалық тұрақтылығын көтерудің қажетті шарты.

Мемлекет басшысының Қазақстан халқына биылғы Жолдауында атап көрсетілген тапсырмаларды және оны жүзеге асыру жөніндегі жалпы ұлттық іс-шаралар жоспарын орындау үшін Үкімет Үкімет әлемдік экономика бәсеңсіген және бірқатар экспорттық тауарлар бағасы төмендеген жағдайда қолданылатын тұрақтандыру іс-шараларының оперативті жоспарын талдап, бекітті. Жоғарыда аталған факторлардың экономика мен қаржы секторына тигізетін мүмкін деген зардаптарын анықтау мақсатында Үкімет макроэкономикалық тәуекелдерді басқару жүйесін әзірледі. Әлемдік кең ауқымды тәуекелдер өзара тығыз байланыста болып, олардың іргелі сипатқа ие болуына байланысты аталған жүйеде негізгі назар ішкі макроэкономикалық тәуекелдерді басқаруға шоғырландырылған. Мұндай көзқарас тәуекелдердің мүмкін деген зардаптарын олардың туу сатысында анықтап, Үкіметтің, Ұлттық банктің және Қаржылық бақылау агенттігінің дағдарыс басталғанға дейін шұғыл шаралар қабылдауына мүмкіндік береді. Осы орайда аталған жүйеде негізгі тәуекелдер ретінде фискальды саясаттағы ақша-несие саясатындағы және қаржы секторындағы тәуекелдердің алынғанын айта кету қажет.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Медведев В.А., «Глобализация экономики: тенденции и противоречия» Мировая экономика и международные отношения. 2014 г. №2.
2. Спанов М.У., Экономическая безопасность: системные факторы. 2019. №3.
3. Концепция перехода Республики Казахстан к устойчивому развитию. 2016г.
4. Медуханова Л.А., Глобализация экономики: сущность и основные черты. 2017г.

ӘОЖ 009

АҚПАРАТ НЕГІЗГІ БАСҚАРУ РЕСУРСЫ РЕТІНДЕ

Кенжебек Д.С., Назаров С.Ш., Халықбай Р.К.,
Ғылыми жетекші: PhD, аға оқытушы Ким Л.Н.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье ставится задача рассмотреть понятие информации, связанное с менеджментом, а также влияние информации на управление. В статье рассматриваются внутрифирменные коммуникации и доказываются важность различных коммуникаций в организациях. Выявлена и обоснована эффективная коммуникация в управлении.

Summary: This paper seeks to examine the concept of information associated with the management and the impact of information management. The article deals with intra-communication and proved the importance of communications in various organizations. Identified and justified in the management of effective communication.

Кез-келген ұйымда ақпараттық жүйе мен ақпараттық ресурстар бар, тіпті егер бұл ұйымда тек бір кәсіпкер болса және ол олардың бар екенін білмесе де.

Ақпарат бізге тиімді және негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді, компанияны басқаруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, ақпаратты басқару қажет екенін түсіну керек. Бірақ сонымен бірге ақпаратты алу және пайдалану процесін басқару қажет. Компания басшылығы бәсекелестер, бағалар, мемлекеттік құрылымдардың талаптары және т.б. туралы әртүрлі ақпараттың қалай алынатыны туралы ойлануы керек, өйткені бұл тиімді даму және басқа компаниялар арасында бәсекелестік артықшылыққа ие болу бағытындағы қажетті қадам болып табылады.

Қазіргі уақытта қоғам күрделілік деңгейі мен ақпарат көлемі ақпараттық индустрияны құруды талап еткен кезде даму деңгейіне жетеді. Ақпарат маңызды стратегиялық ресурстардың біріне айналады.

"Ақпарат термині лат тілінен шыққан.informatio "түсіндіру, хабардар ету, баяндау"". [1] бұл терминнің ерекшелігі, бір жағынан, ол барлық адамдар үшін интуитивті, ал екінші жағынан, оның ғылыми әдебиеттерде жалпыға бірдей танылған түсіндірмесі жоқ. Кибернетика мен информатиканың негізін қалаушылар берген ақпараттың бірнеше анықтамаларын береміз.

Н. Винер: "ақпарат-бұл біздің сыртқы әлемнен оған бейімделу және оған сәйкес ойлау процесінде алынған мазмұнның белгісі".

К. Шеннон:"ақпарат –алынған белгісіздік".

Куфиньяль:" кибернетикада ақпарат психикалық әрекетпен бірге жүретін кез-келген физикалық әрекет деп аталады "немесе"тасымалдаушының семантикамен үйлесуі".

Флехтнер: "хабарлама алушы үшін" маңызды"болған кезде ақпаратты қамтиды, мысалы, оған бір нәрсе туралы хабарлайды".

Қазіргі әдебиетте берілген тағы бірнеше анықтамалар.

"Ақпарат-бұл біздің санамыз қабылдайтын, бізді қоршаған шындықтың объектілері мен құбылыстарының белгілі бір қасиеттерін көрсететін сигналдар жиынтығы." [2]

"Ақпарат-бұл басқарумен тығыз байланысты хабарлама, синтаксистік, семантикалық және прагматикалық сипаттамалардың бірлігіндегі сигналдар." [3]

"Ақпарат-бұл кез-келген объектілер мен процестердегі (жансыз және тірі табиғат) әртүрліліктің көрінісі." [4]

Біздің өмірімізде ақпарат сөзіне біз үлкен мән береміз және оны интуиция деңгейінде жиі түсіндіре аламыз. Егер біз ақпарат туралы айтатын болсақ, біз интуитивті түрде радио мен теледидарда, газеттерде, кітаптарда, мәліметтер базасында, кітапханаларда және адамдармен қарым-қатынаста алатын біліміміз туралы айтамыз. Ақпаратты кітаптарда, кітапханаларда, мәліметтер базасында, қағазда және машинада сақтауға болады. Ақпаратты ауызша немесе жазбаша, электрлік сигналдар мен радиотолқындардың көмегімен беруге болады. Ақпаратты сезім мүшелерінің, әртүрлі электронды тасымалдаушылардың, фото және бейнекамералардың көмегімен алуға болады.

Егер сіз жеке деректер мен хабарламаларды өңдесеңіз, түрлендірсеңіз, ұйымдастырсаңыз немесе сұрыптасаңыз , онда сіз жаңа ақпарат немесе жаңа

білім ала аласыз. Айта кету керек, ақпарат білімнің әртүрлі салалары үшін зерттеу пәні болып табылады: философия, информатика, жүйелер теориясы, кибернетика және т. б.

Нақты әлемнің көрінісі-ақпарат философиялық мағынада осылай қарастырылады; бұл бір нақты объектіде басқа Нақты объект туралы ақпарат. Ақпарат оның қасиеттерін көрсететін белгілі бір объектімен байланыса алады деп айтуға болады.

Ақпаратты математикалық типтегі дерексіз ұғымдарға жатқызуға болады. Бірақ ақпараттың ерекшеліктері оны материалдық әлемге жақындатады. Яғни, ақпаратты алуға, жазуға, беруге, өшіруге болады.

Қазіргі кезеңде адам қызметінің әртүрлі салаларындағы ақпарат пен коммуникация үнемі өсіп келе жатқанын бәрі біледі, бұл, ең алдымен, әлеуметтік – экономикалық сипаттағы өзгерістерге, техника мен технологиялар саласындағы жаңа жетістіктерге және ғылыми зерттеулердің нәтижелеріне байланысты.

Ақпарат кәсіпорынның табысты қызметі үшін үлкен маңызға ие және менеджменттің ең күрделі мәселелерінің бірін ұсына алады. Бұл тіпті фирманың бір ағзасының "қанайналым жүйесіне" ұқсас. Өз жұмысында тиімді басшылар коммуникацияда тиімді, ақпаратқа ие адамдар болып саналады. Кез-келген менеджер коммуникация өнерін жақсы білуі керек, өйткені олар жұмысты "басқа адамдардың қолымен" орындайды деп айтуға болады.

Ақпарат пен коммуникацияның маңыздылығы шағын фирмаларда да, ірі компаниялар мен корпорацияларда да айқын көрінеді. Нарықтағы шаруашылық жүргізуші субъект ретінде кәсіпорынның ғана емес, сонымен бірге осы кәсіпорында жұмыс істейтін адамдардың да, бүкіл елдің әл-ауқатының жаһандық деңгейде болуы коммуникациялық байланыстардың қаншалықты тиімді болатынына байланысты болады.

Тиімді қарым-қатынас басқаруда сәттілікке жету үшін өте маңызды. Біріншіден, адамдардың тікелей өзара әрекеттесуі (бастық бағыныштылармен, бағыныштылар бір-бірімен) көптеген басқарушылық міндеттерді шешуге негізделген.

Екіншіден, тұлғааралық қарым-қатынас белгісіздік пен түсініксіздікпен сипатталатын әртүрлі мәселелерді талқылау мен шешудің ең жақсы тәсілі болуы мүмкін.

Ішкі коммуникацияларды қарастырыңыз:

Ұйымдарда ақпарат тік байланыс аясында деңгейден деңгейге ауыса алады. Ол жоғары деңгейден төмен деңгейге ауыса алады. Сонымен, басқарудың бағынышты деңгейлеріне алдағы міндеттер, басымдықтардың өзгеруі, белгілі бір тапсырмалар, қажетті процедуралар және т.б. туралы хабарланады. Ақпаратты төмен деңгейден жоғары деңгейге беру өнімділікке әсер етуі мүмкін.

Коммуникация жетекшісі-бағынышты

Мүмкін, ұйымдағы коммуникацияның айқын құрамдас бөлігі менеджер мен бағыныштылар арасындағы қарым-қатынас болып табылады. Зерттеулер

көрсеткендей, бұл қызметтің 2/3 бөлігі басшылар мен бағыныштылар арасында жүзеге асырылады.

Басқарушы мен бағыныштылар арасында ақпарат алмасудың көптеген түрлерінің кейбірі міндеттерді, басымдықтарды және күтілетін нәтижелерді қоюмен; бөлімнің міндеттерін шешуге қатысуды қамтамасыз етумен; жұмыс тиімділігінің проблемаларын анықтаумен; тану мен сыйақы алуды ынталандыру мақсатында; бағыныштылардың қабілеттерін жетілдіру және дамыту; пісіп-жетілген немесе бұрыннан бар проблема туралы ақпарат жинаумен; қызметкердің жұмыс тиімділігі туралы ескертулерімен байланысты. және идеялар, жетілдірулер мен ұсыныстар туралы ақпарат алу.

Бағыныштылар жұмыс топтарына біріктірілгендіктен, менеджермен ақпарат алмасу басқару тиімділігіне қол жеткізудің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Ақпарат алмасуда жұмыс тобының әрбір мүшесі жұмыс топтарының менеджермен ең дұрыс қарым-қатынасын құра алады, ал менеджер жұмысшыларды ұйымның істеріне белсенді түрде тартуы керек.

Басшы мен жұмыс тобы арасындағы байланыс

Жұмыс тобымен ақпарат алмасу менеджерге топтың тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Коммуникацияларға топтың барлық қатысушылары қатыса алатындықтан, қатысушылардың әрқайсысы бөлімнің жаңа міндеттері мен басымдықтары, бірлесіп жұмыс істеудің тиімділігін қалай арттыруға болатындығы, бөлімдер үшін болатын өзгерістер мен түрлі салдарлар туралы ойлана алады.

Сондай-ақ, кейде жұмыс топтары проблемаларды талқылау, алдағы өзгерістерді жақсарту үшін басшыларсыз жиналуы мүмкін. Атап өтілгендей, мұндай теңдік қатынастары қызметкерлердің өз жұмысына қанағаттануын арттыруға ықпал етуі мүмкін.

Қорытындылай келе, қазіргі кезеңде ақпарат пен коммуникацияның рөлі үнемі өсіп келе жатқанын атап өткім келеді. Бәсекеге қабілетті және ең жақсы компания болу үшін Сіз ақпаратты талдай білуіңіз керек, қарым-қатынастың ең қолайлы әдістерін қолдануды үйренуіңіз керек. Сондай-ақ коммуникациялық процестерде қолданылатын әр техниканың барлық күшті және әлсіз жақтарын білу.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Информация [Электронный ресурс]: сайт. - URL <http://ru.wikipedia.org/>(дата обращения 15.12.2013)
2. Бородулин А., Заложнев А., Шуремов Е.. Внутрифирменное управление, учет и информационные технологии.-М: ПМСОФТ, 2006.-344с.
3. Исаев Г.Н. Информационные системы в экономике. – М: Омега-Л, 2006. – 463 с.
4. Леонтьев В.П. Новейшая энциклопедия персонального компьютера 2003. – М.: Олма-пресс, 2003.

АЙМАҚТАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ДЕМОГРАФИЯЛЫҚ ҮРДІСІН ЖӘНЕ ХАЛЫҚ ҚОЗҒАЛЫСЫН БАҒАЛАУ

Магистрант Ким А. А., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Нуридинов И.Ф.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Демография любого государства напрямую влияет на работу и развитие его экономики и политики внутри страны и за ее пределами. Формирование и развитие трудовых ресурсов села находится под влиянием общих закономерностей воспроизводства населения. Последнее основано на его естественных и механических движениях. Специфика формирования рынка труда Туркестанской области основывается на особенностях развития экономической системы. Так как основной составляющей рынка труда аграрной отрасли области является сельское население. Поэтому специфика формирования трудовых ресурсов аграрной отрасли будет основываться на демографическом и экономическом состоянии и развитии сельских поселений области.

Resume: The demography of any state directly affects the work and development of its economy and politics inside and outside the country. The formation and development of rural labor resources is influenced by the general patterns of population reproduction. The latter is based on his natural and mechanical movements. The specifics of the formation of the labor market in the Turkestan region are based on the peculiarities of the development of the economic system. Since the main component of the labor market of the agricultural sector of the region is the rural population. Therefore, the specifics of the formation of labor resources in the agricultural sector will be based on the demographic and economic condition and development of rural settlements in the region.

Мемлекет басшысы Қ.К. Тоқаев өзінің Қазақстан халқына арнаған «Сындарлы қоғамдық диалог – Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» атты Жолдауында еліміздегі еңбек ресурстарының балансын есепке алудың тиімді әдістемесін әзірлеуді, сондай-ақ еңбек ресурстарының тапшылығы бар өңірлерде Үкіметке көші-қон үдерісін басқару үшін пәрменді шаралар қабылдауды тапсырған болатын.

Кез келген мемлекеттің демографиясы оның экономикасы мен саясатының елдің ішіндегі және одан тысқары жерлердегі жұмысына және дамуына тікелей әсер етеді.

Көші-қон процесінің бастапқы кезеңінде жоғары мамандарға қажеттілік болған жоқ, өйткені көптеген шет елдерде олар арнайы дайындықты, белгілі бір білім мен кәсіби дағдыларды қажет етпейтін ең қарапайым жұмыстарда қолданды. Дәл осы жұмыс күшін топтастыру мигранттардың одан әрі бөлінуіне әкеледі, ал бұл салааралық көші-қон процесіне әкеледі.

Бұл процесс белгілі бір қызметкерлерге жұмыс күшінің қажеттілігін анықтайды. Сондай-ақ, осы процесті және еңбек ресурстарын қалыптастыру кезінде ауыл шаруашылығы біздің еліміздің экономикасының маңызды салаларының бірі ретінде басқа салалардан айтарлықтай ерекшеленеді, сондықтан осы ерекшелікті ескеру қажет. Оның ерекшеліктерінің ішінде қазіргі уақытта ауыл шаруашылығы секторларындағы мамандану мен өндіріс

ауқымындағы айырмашылықтарды анықтайтын саланың көп құрылымы маңызды болып табылады. Соңғысы жұмысшыларға, әсіресе олардың кәсіби құрамындағы сұраныстың қалыптасуындағы айырмашылықтарға әсер етеді. Әрине, фермалар мен фермалардың жұмысшылары «әмбебап» дағдыларға ие болуы керек, өйткені бұл фермаларда еңбек бөлінісі аз.

Ауылдың еңбек ресурстарының қалыптасуы мен дамуы халықтың ұдайы өсуінің жалпы заңдылықтарының ықпалында болады. Соңғысы оның табиғи және механикалық қозғалыстарына негізделеді.

Түркістан облысының еңбек рыногын қалыптастырудың ерекшелігі экономикалық жүйенің даму ерекшеліктеріне негізделеді. Себебі, облыстың аграрлық саласының еңбек рыногының негізгі құрамдас бөлігі ауыл халқы болып табылады. Сондықтан аграрлық саланың еңбек ресурстарын қалыптастыру ерекшелігі облыстың ауылдық қоныстарының демографиялық және экономикалық жай-күйіне және дамуына негізделетін болады [1].

Түркістан облысының демографиялық ахуалы айна ретінде жалпы республика бойынша болып жатқан үрдістерден көрініс табады. Облыстағы халық саны 2022 жылға қарағанда 2023 жылы 3,5 адамға, яғни 0,5% артқан, оның ауылдық жерлерінде 388 573 мың адам немесе 52,7% тұрады. Қала халқының саны 5,7 адамға немесе 1,6% көбейген, ал ауыл халқының саны 2,2 адамға немесе 0,6% азайған.

Талданып отырған кезеңде облыстың соңғы 10 жылда (2013-2023) 3470-ға артты, бірақ жалпы халық санынан ауыл халқының үлесі 2013 жылы 53%-дан 2023 жылы 52,7%-ға азая бастағанын байқаймыз. Сол сияқты осы кезеңдерде қала халқы санының үлес салмағы көбейюде, бұл қалаға ауыл халқының жұмыссыздығымен және көші-қонымен түсіндіріледі.

Мигранттардың елеулі бөлігінің қала маңындағы ауылдық елді-мекендерде қоныстануы бейімделу үшін үлкен мүмкіндіктермен, ең алдымен тұрғын-үй бағасының төмен құнымен және оны салуға барынша кең мүмкіндіктермен, өмір сүрудің арзандылығымен, үй маңында шаруашылық жүргізу мүмкіндіктерімен және т.б. анықталады [2].

Еңбек теңгеріміне, жұмыс күшін ұсыну мен пайдалануға ауыл тұрғындарын облыс аумағы бойынша орналастыру айтарлықтай әсер етеді, ол ауыл шаруашылығы өндірісінің дамуымен тығыз байланысты. Әрбір ауыл шаруашылығы аймағы өзінің экономикалық байланысымен, демографиялық жағдайымен, тарихи қалыптасқан дәстүрлерімен ерекшеленеді.

Ауыл тұрғындарының облыс аумағында орналасуы еңбек балансына, жұмыс күшін ұсынуға және пайдалануға айтарлықтай әсер етеді, бұл ауылшаруашылық өндірісінің дамуымен тығыз байланысты. Сондай-ақ еңбек ресурстарын қалыптастыруға, бірінші кезекте, ауыл халқының жас құрылымы әсер етеді.

Талданып отырған кезеңдерде ауылдық жерлерде еңбек ресурстарын қалыптастыруға қатысатын еңбекке қабілетті жастағы халық саны қалаға қарағанда салыстырмалы түрде аз. Сондай ақ халықтың жас құрылымына

жүргізілген талдауда зейнеткерлер саны 2013 жылы 61 896 мыңнан 2023 жылы

73 543 мың адамға (11 647 мың адамға) дейін өскен.

Ауыл халқының өсуі мен қалалықтардың азайғаны әкімшілік-аумақтық реформаларға байланысты екенін атап өту қажет, осыған сәйкес бірқатар қалалық елді мекендер мәртебесін ауылдық деңгейге өзгертті, бұл халықтың ауыл шаруашылығы және қызмет түрлерімен басым айналысуына байланысты. Халықтың табиғи қозғалысының коэффициенттері бала туудың тұрақты ұлғаюын, халықтың өлім-жітімінің төмендеу үрдісін және айқын оң көлбеуі бархалықтың табиғи өсімінің трендтерін көрсетеді [3].

Халықтың тууы демографиялық жағдайға әсер ететін негізгі факторы болып табылады.

2023 жылда облыста 12265 адам туылды, оның ішінде 6464 адам (немесе 52,7%) – қалалық жерде, 5801 адам (47,3%) – ауылдық жерде. 2023 жылды 2022жылмен салыстырғанда туылғандар саны 1,3%, ал 2021 жылымен – 0,3%-ға және 2020 жылмен – 1,8%, 2019 жылмен салыстырғанда – 3,2%-ға кеміген. Он жылдың ішінде туғандардың саны 1,7% азайды.

Халық санының қысқаруына көші-қон процестері әсер етеді. Көші-қон процестері көптеген, оның ішінде экономикалық және әлеуметтік, сондай-ақ табиғи-климаттық, демографиялық және мәдени-тарихи факторлардың әсерінен қалыптасады. Жалпы көші-қон ағындары өзіне халықтың сыртқы (еларалық) көші-қонын, сондай ішкі (өңірі ішіндегі, сондай-ақ өңіраралық) көші-қонын қамтиды.

2023 жылда облыста теріс мәнді көші-қон айырымы – 6 807 адамды құрады, келгендер саны – 39010 адам, оның ішінде қалаға – 16618 адам, ауылға- 22892 адам болды, ал кеткендер – 45 817 адамды, қаладан – 18 835 адамды, ауылдан – 26 982 адамды құрады. Бұл көрсеткіш 2013 жылы облыста көші-қон айырымы теріс мән – 5591 адамды құраған, жалпы келгендер саны 15 031 адам, қалаға – 8 579 адам, ауылға – 6 452 адам болды, ал кеткендер 20 622 адам, қаладан – 10 686 адам, ауылдан – 9 936 адамды құрады.

2023 жылы келген – 39010 адамның ішінде, жақын шет елдерге көшіп-қону-319 адам (Ресей – 261, Өзбекстан – 36, Украина – 6), алыс шет елдерге көшіп-қону – 88 адам (Германия – 19, Моңғолия – 47, қалғаны басқа ТМД-дан тыс елдерімен), облысаралық – 22372 адам, облыстық – 16231 адамды болды, ал кеткен – 45817 адамның ішінде, жақын шет елдерге көшіп-қону – 2776 адам (Ресей – 2691, Беларусь – 70, Украина - 10, Өзбекстан – 4), алыс шет елдерге көшіп-қону - 432 адам (Германия – 277,Түркия – 2, қалғаны басқа ТМД-дан тыс елдерімен), облысаралық – 26378 адам, облыстық – 16231 адамды құрады.

Бүгінгі күні қоныс аударушылардың негізгі бөлігі – бұл этникалық қазақтар. Сонымен қатар, тұрақты тұруға облыстан кеткендер қатарының 43,3% 15 жастан 34 жас аралығындағы («білімдарлардың кетуі») жастарды құрайтыны ерекше назар аудартады. Бұған ішінара Бірыңғай Экономикалық

Кеңістікке қатысушы мемлекеттердің қызметкер – азаматтарының үш мемлекет аумағында (Беларусь Республикасы, Қазақстан Республикасы және Ресей Федерациясы) еркін жүруіп-тұруы үшін жағдай жасау әсер етіп отыр.

Сондай-ақ облыста еңбек көші-қоны шетелдік жұмыс күшін тартумен сипатталады. Шетелдік жұмыс күшінің негізгі үлесі құрылыс саласы, тау-кен өндірісі және өңдеуші өндіріс болып отыр [4].

Халықтың көші-қоны бойынша статистикалық мәліметтер көрсеткендей, халықтың ауылдық жерден кетуі өсіп келеді. Ішкі көші-қон экономикалық белсенді халықтың ауылдардан экономикалық жағдайы неғұрлым қолайлы қалалар мен өңірлерге қарқынды қоныс аударуымен сипатталады. Облысаралық алмасуда 37038 адам қатысты, облысаралық көші-қон айырмасы теріс болды және 3252 адамды құрады. Соңғы үш жылда оң шамаға қарай көші-қонның теріс сальдосының төмендеуі тек Созақ ауданында ғана байқалады, ал қалған қалалар мен аудандарда халықтың кетуінің біркелкі емес динамикасы байқалады.

Аграрлық өңірлердегі ауылдық аумақтарда халықтың көшіп кетуін төмендету және демографиялық ахуалды жақсарту үшін инновациялық технологияларды қолдану және ұсақ тауарлы өндірістен орта және ірі тауарлы өндіріске көшудің негізінде ауыл шаруашылығы саласын жаңғырту ұсынылады. Бұл бәсекеге қабілетті, жоғары механикаландырылған өндіріс құруға, шаруашылықтарды мал шаруашылығын, жем өндірісін дамытуға, жарма және май дақылдарын өсіруге, бидайға ғана маманданудан алшақтауға, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің сатылай және деңгейлес кооперациясын қолдаудың экономикалық тетіктері арқылы шаруашылықтарды ірілендіруге экономикалық ынталандыруға мүмкіндік береді.

Қазіргі кезеңде халықтың көші-қон қозғалысының оң элементтерін бөліп көрсетуге болады, олардың негізгілері:

– көші-қон аумақтық аспектіде әртүрлі қызмет түрлері бойынша жұмыс күшін бөлудің ажырамас бөлігі бола отырып, елдің жаңа өңірлерін жедел және тиімді экономикалық игерудің алғышарты бола алады;

– оқу көші-қоны деп аталатын білікті кадрларды қалыптастыру, соңғы уақытта бұл процестердің жандануы күрт өсті;

– еңбек көші-қоны, бұл еңбек рыногын халық шаруашылығының ең перспективалы және жоғары ақы төленетін салаларында жұмыс күшінің едәуір мөлшерімен қанықтыру және т.б.

Осыған орай көші-қон процестеріне байланысты жұмыс күшін бөлу және қайта бөлу кейде әр нақты аймақтағы белгілі бір салалар үшін жағымсыз жақтарды тудыратынын ескеру қажет. Осылайша, аграрлық сектордан білікті кадрлардың кетуі көбею процесінің барлық кезеңдері үшін жағымсыз салдарға әкеледі, бұл жерде білікті кадрлардың жетіспеушілігі ғана емес, біліктілігі төмен қызметкерлерде де байқалады, нәтижесінде елдің азық –түлік қауіпсіздігіне қауіп төнеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Панков Б.П. Регулирование рынка труда и политика занятости на селе // Устойчивое развитие сельской местности: концепции и механизмы: матер. междунар. науч.-практ. конф. – М., 2001. – С. 195-196.
2. Костин Л.А. Российский рынок труда: вопросы теории, истории, практики. – М., 1998. – 257 с.
3. Долгушкин Н.К. Формирование кадрового потенциала сельского хозяйства (вопросы теории и практики). – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2001. – 304 с.
4. Белокопытов А.В. Некоторые аспекты экономических категорий «трудовые ресурсы» и «экономически активное население // Финансовое оздоровление предприятий АПК: тр. 5-й междунар. науч.-практ. конф. – М., 2001. – С.358-360.с

УДК 657

ACCOUNTING FOR CURRENT LIABILITIES AT COMMERCIAL ENTERPRISES IN KAZAKHSTAN IN MARKET CONDITIONS

Корчибаева М.Х., Мауленов Ж.Б., Павлова Д.П.
Scientific adviser: senior teacher Azhibekova A.D.

Аннотация: Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками осуществляется на предприятиях Казахстана объективно. Для своего материально-технического обеспечения предприятия заключают договоры с компаниями-производителями или посредническими организациями на комплексное сопровождение или совершают закупки на бирже через своих брокеров.

Түйін: Қазақстандағы кәсіпорындарда жеткізушілермен және мердігерлермен есеп айырысулардың есебі объективті түрде жүргізіледі. Кәсіпорындар оларды материалдық-техникалық қамтамасыз ету үшін өндіруші компаниялармен немесе делдалдық ұйымдармен кешенді қолдау көрсетуге келісім-шарттар жасайды немесе брокерлер арқылы қор биржасында сатып алулар жасайды.

Accounting for settlements with suppliers and contractors is carried out objectively at enterprises in Kazakhstan.

For their logistical support, enterprises enter into contracts with manufacturing companies or intermediary organizations for comprehensive support, or make purchases on the stock exchange through their brokers. To account for settlements with suppliers and contractors, account 3310 and 4110 “Accounts payable to suppliers and contractors (accounts payable)” is provided, which summarizes information on settlements with suppliers and contractors for:

- received inventories and non-current assets, work performed and services consumed;

- surplus inventories identified during their acceptance. The credit of accounts 3310 and 4110 “Accounts payable” reflects:

- the cost of acquired inventories, non-current assets, as well as the cost of services for their delivery and processing on the side - in correspondence with the corresponding accounts of inventories, non-current assets, etc.;

- the cost of accepted work and consumed services - in correspondence with accounts 7110 “Expenses for the sale of finished products (works, services), 7210 “General and administrative expenses”.- the amount of value added tax (VAT) - in correspondence with account 1420 “Value added tax for reimbursement” [1];

- the amount of shortages detected when receiving goods and materials at the warehouse and arithmetic errors - in correspondence with account 1250 “Short-term receivables of employees” or 1280 “Other short-term receivables”.

The debit of accounts 3310 and 4110 “Accounts payable” reflects the amounts of paid invoices and the amount of credits for pre-issued advances in correspondence with the cash accounts and/or accounts for advances issued.

Let's look at the example of the GaishaA enterprise, which purchased materials from the Ainur company in the amount of 172,500 tenge, including value added tax - 22,500. Previously, the GaishaA enterprise gave the Ainur company an advance payment in the amount of 100,000 tenge for the production of the ordered products. Let's reflect this on the accounting accounts:

Table 1. Journal of business transactions for accounting obligations

№	Contents of operation	Sum	Account correspondence	
			Дебет	Кредит
1	The GaishaA enterprise gave an advance to the AinurB company	50000	1610	1040
2	Enterprise "A" accepted the invoice of the company "AinurB": - for the contract price of purchased materials: - for the amount of VAT: The previously issued advance was offset	150000	1310	3310
		22500	1420	3310
3	The previously issued advance was offset	50000	3310	1610
4	The invoice has been paid for the remaining amount (172500 – 50000)	122500	3310	1040

Thus, the acquisition of assets does not generate expenses. They are recognized as assets are written off to the cost of manufactured products, works, and services. The consumption of services and the performance of work for the consumer is associated with the incurrence of costs for their acquisition or implementation. Accounting for tax liabilities is carried out in accordance with the tax legislation of Kazakhstan. A tax liability is the taxpayer's obligation to the state arising in accordance with tax legislation. In accordance with it, each subject, be it an individual or a legal entity, is obliged to transfer taxes to the state budget. The number and list of taxes are established by the Tax Code of the Republic of Kazakhstan. In the Republic of Kazakhstan, the most common taxes are: corporate

income tax (from legal entities), individual income tax (from individuals), taxes on property, vehicles, land, social tax, value added tax, excise taxes. The listed taxes are paid by almost all enterprises. Taxes are divided into direct and indirect. Direct taxes are paid from the enterprise's own funds, i.e. They are expenses for the company. The actual payers of indirect taxes are buyers and consumers, therefore enterprises do not bear the costs of indirect taxes, but shift their payment onto the shoulders of buyers and consumers. This explains the difference in accounting for direct and indirect taxes. Indirect taxes in the Republic of Kazakhstan include value added tax (VAT) and excise duty. Settlements of enterprises with the budget are taken into account in the accounts of subsection 3100 "Tax Liabilities". Each of the accounts in this subsection is intended to record obligations for a certain type of tax. Accounting for direct taxes is also carried out in parallel. Taxes are calculated in accordance with tax legislation at certain rates and in a certain order. Without going into the intricacies of the methodology for calculating taxes, we will determine how to take them into account. Direct taxes are calculated by debiting the tax expense account and crediting the corresponding tax account. The corresponding wiring is done: Sales of this product are reflected in the following entries: And so on for all types of taxes, except indirect ones. Accounting for indirect taxes is calculated according to sales volumes. Let's assume that the company sold goods in the amount of 70,000 tenge (negotiable price). When issuing an invoice, VAT must be calculated and entered into the invoice. The VAT rate from January 1, 2017 is equal to 14% of taxable turnover, thus, according to our sales, VAT will be $70,000 \times 14\% = 9,800$ tenge. An invoice is issued for the total amount: $70,000 + 9,800 = 79,800$ tenge [2].

Sales of this product are reflected in the following entries:

ДТ 1210 «Accounts receivable» - 79 800;

КТ 6010 «Income from sales ...» - 70 000;

КТ 3130 «Value added tax» - 9 800;

As you can see, expense accounts are not involved in this case, which means the company does not recognize VAT expenses.

When purchasing goods (work, services), an enterprise pays the VAT accrued by the supplier in the amount of the invoice issued by the supplier and this must be reflected in the accounting. This is done as follows:

Let's assume that the company bought the goods sold above for 57,000 tenge, including VAT. The following entries were made in accounting:

Dt 1330 "Goods" - 50,000;

Dt 1420 "Value added tax" - 7,500;

Kt 3310 "Accounts payable" - 57,000;

In order to determine how much VAT the company needs to transfer to the budget, it is necessary to offset accounts 1420 and 3130. If the amount on account 3130 is greater than the amount on account 1420, the difference should be transferred to the budget. In our case, the difference will be $9,800 - 7,000 = 2,800$ tenge. This is the amount of value added tax that the company needs to transfer to the budget. Please note that the company does not incur tax expenses. If the amount on account 1420 is greater than the amount on account 3130, this means that the company paid

more VAT than it accrued. The difference must be returned to him from the budget [3].

VAT crediting is carried out using the following entries:

Dt 3130 “Value added tax”

Kt 1420 “Value added tax for reimbursement”

Payment of VAT is reflected by the following posting:

Dt 3130 “VAT” Kt 1040 “Money in the current account”

Accounting for settlements on advances received by the enterprise is kept on accounts 3510 and 4410 “Advances received”,

Receipt of an advance, depending on its type and currency, is reflected by the following g posting:

Dt Cash accounts

Kt account of advances received

Upon final payment based on the invoice, the following entry is made for the order amount:

Dt 1210 “Accounts payable”

Kt 6010 “Income from sales”

Kt 3130 “VAT”.

Since part of the amount due for payment has already been received in the form of an advance, it must be taken into account in the calculations. The advance received is offset against the amount of the advance received by the following posting:

Dt Advances received Kt 1210

Thus, the company will only have to pay the remaining amount of the invoice [4].

Accounting for deferred income is income received by the enterprise in the reporting month, but relating to subsequent reporting periods. The distribution of such income between adjacent reporting periods is necessary for accurately determining the results of the enterprise’s economic activities, taxation and preparation of objective financial reporting and is the practical implementation of the principle of compliance. Deferred income may include rent payments paid in advance, utility bills, amounts for subscriptions to periodicals, etc. Deferred income is accounted for in accounts 3520 and 4420 “Deferred income”. When accruing income for future periods, the accounts of the corresponding receivables are debited and the “Deferred Income” account is credited. The write-off of previously received income related to the reporting month is reflected in the debit of accounts 3520 and/or 4420 and the credit of the income accounts to which these incomes relate. Let's look at an example: The landlord received rent from the tenant for 6 months in advance in the amount of 120,000 tenge to a bank account. Receipt of rent will be reflected by the following posting:

Dt 1040 “Money in the current account”;

Kt 3520 “Deferred income”.

At the end of the month, the lessor recognized income for the previous month and issued an invoice to the tenant for rental services consumed during this month in

the amount of 20,000 tenge ($120,000 / 6 = 20,000$). Issuing an invoice and recognizing income is reflected by the posting (we will not take VAT into account):

Dt 1260 "Debit.debt. for rent" - 20,000;

Kt 6260 "Rental income" - 20,000;

Next, the previously paid income is offset in the appropriate amount:

Dt 3520 "Deferred income" - 20,000;

Kt 1260 "Accounts payable" - 20,000;

Analytical accounting for accounts 3520 and 4420 is carried out by type of income for future periods.

Bibliography:

1. Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» с изменениями и дополнениями.
2. Типовой план счетов бухгалтерского учета.
3. Стандарты бухгалтерского учета. Алматы. Изд-во «ЮРИСТ», 2015 г.
4. Чистов Д.В. Основы компьютерной бухгалтерии. М. Компьютер пресс, 2018 г.

УДК:339.5(574)

ГODOBOЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС И РАСШИФРОВКА СТАТЕЙ БАЛАНСА, ИХ ВИДЫ НА РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАХ СОБСТВЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Курбанбаев Р.А., Мелдехан Н.С., Нурунбекова Д.К.

Научный руководитель: старший преподаватель Ажибекова А.Д.

Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Баланс активтері мен пассивтерден құрылады, ол мынау объектілерге тән: - мүліктің құны (ұзақ мерзімді активтер: материалдық емес активтер, негізгі қорлар, тауарлар, материалдар); - кәсіпорынның сатып алушылар мен тапсырыс берушілерден дебиторлық берешек түріндегі мүлкі; Активке айналым және айналымнан тыс активтер кіреді. Айналым активтері бір жылға дейін пайдаланылады, ал айналымнан тыс активтер бір жылдан астам мерзімге пайда алуға арналған.

Summary: The balance sheet assets indicate: - the cost of property (long-term assets: intangible assets, fixed assets, goods, materials); - the property of the enterprise in the form of receivables from buyers and customers; The asset includes current and non-current assets

Сегодня Казахстан является одним из динамично развивающихся государств постсоветского пространства. Стратегической целью развития Республики Казахстан до 2050 года определено вхождение Казахстана в топ-30 наиболее конкурентоспособных стран мира. Это требует определенных усилий в выработке внешнеторговой стратегии государства, которая, с одной стороны обеспечивает высокие темпы роста как валового внутреннего продукта по производству, так и валового внутреннего продукта по паритету покупательской способности [1].

Бухгалтерский баланс – это форма 1 к финансовой отчетности №1, он делится на следующие: разделительный, объединительный,

консолидированный. В активе баланса указывается: стоимость имущества (долгосрочные активы : нематериальные активы, основные средства, товары, материалы);-имущества предприятия в виде дебиторской задолженности-покупателей и заказчиков; Актив включает оборотные и внеоборотные активы. Оборотные активы погашаются до одного года, а внеоборотные активы предназначены для получения прибыли в течение срока более года. В пассиве баланса отражаются источники формирования средств предприятия [2].

Это сумма собственного капитала и ее кредиторской задолженности. К задолженности относятся обязательства перед банками и вне банковскими организациями по полученным займам, и задолженность контрагентам за полученные товары и материалы, по заработной плате рабочим и служащим. В пассиве показываються три раздела: капитал и резервы, долгосрочные и краткосрочные обязательства. Капитал и резервы составляют прибыль вместе с уставным капиталом, т.е они составляют средства предприятия. Капитал и резервы – это прибыль и уставной капитал организации, другими словами ее средства. А долгосрочные обязательства – это долги предприятия Они должны быть возвращены в течении одного года, а краткосрочные обязательства должны вернуться сроком более одного года. Рассмотрим на примере общества с ограниченной ответственностью. В разделе Активы представлено несколько подразделов. В графе «Основные средства» указывается их полная стоимость, если имущество новое. Если оно использовалось, из суммы вычитается амортизационная сумма. В «Нематериальных активах» прописываются затраты на покупку нематериальных ценностей, увеличение/снижение их стоимости. Как и в предыдущем подразделе, при необходимости, вычитается сумма амортизации [3].

К «Капитальным вложениям» относятся средства, объектов недвижимости.«Оборудование» содержит информацию о цене технических средств за вычетом амортизации .Сведения, которые вносятся в Пассив, будут следующими. Размер уставного капитала, установленный Уставом или приложениями к нему, если в нем происходили изменения (выходили или вступали учредители) вносится в графу «Уставный капитал». В «Резервном капитале» приводится остаточная стоимость средств после базового капитала. Если денежные средства организации не были потрачены в соответствии с планом расходов, они переносятся в резерв на будущий отчетный период. Сумма фиксируется в графе «Резервы на покрытие платежей и расходов». Строка «Доходы будущих периодов» заполняется, если компания, например, обязалась выполнить поставку деловому партнеру в январе, а договор составлен в сентябре. Т.е. оплата производится после фактической отгрузки, но аванс был выплачен сейчас. Эта сумма и относится к доходу будущих периодов. Ячейка «Прибыль» содержит данные о полученных доходах за 12 месяцев. В «Кредиторской

задолженности» указывается размер оформленного кредита в банке. При заполнении баланса могут быть допущены ошибки, их делят на существенные и несущественные. Критерии оценки закреплены в учетной политике компании [4].

РАСШИФРОВКА СТРОК БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА
(приложение № 2 к приказу Министра финансов РК от 28 июня 2017 года № 404)

Приказом Министра финансов Республики Казахстан от 28 июня 2017 года № 404 утверждены перечень и нижеследующие формы годовой финансовой отчетности для публикации организациями публичного интереса (далее - Приказ):

- форма «Бухгалтерский баланс» согласно приложению 2 к приказу;
- форма «Отчет о прибылях и убытках» согласно приложению 3 к приказу;
- форма «Отчет о движении денежных средств (прямой метод)» согласно приложению 4 к приказу;
- форма «Отчет о движении денежных средств (косвенный метод)» согласно приложению 5 к приказу;
- форма «Отчет об изменениях в капитале» согласно приложению 6 к приказу.

Источником информации для формирования финансовой отчетности, в том числе бухгалтерского баланса, являются счета бухгалтерского учета.

Для примера проанализируем Товарищество с ограниченной ответственностью ТОО «Гайша» за 2022 год.

Таблица 1

	Товарищество с ограниченной ответственностью ТОО «Гайша»
Наименование	
Вид деятельности	Услуги ремонта и установки компьютеров
Среднегодовая численность работников	5
Юридический адрес, Бизнес идентификационный номер, Индивидуальный идентификационный номер	160014, г. Шымкент, ул. Терешковой 77, БИН: 100540005534

Бухгалтерский баланс
по состоянию на 31 декабря 2022 года

тыс. тенге

Активы	Код строки	На конец отчетного периода	На начало отчетного периода
Активы		-	-
Денежные средства и эквиваленты денежных средств	01	1 800	6 589
Краткосрочные финансовые инвестиции	02	-	-
Прочая краткосрочная дебиторская задолженность	03	8 537	6 170
Запасы	04	3 824	4 250
Долгосрочные финансовые инвестиции	05	-	-

Долгосрочная дебиторская задолженность	06	-	-
Основные средства (за вычетом амортизации)	07	322	429
Нематериальные активы (за вычетом амортизации)	08	-	-
Прочие активы	09	5 524	7 256
Итого активы (сумма строк с 01 по 09)	10	20 007	24 694
Обязательство и капитал		-	-
Обязательства		-	-
Краткосрочные финансовые обязательства	11	-	-
Налоговые обязательства	12	534	1 134
Долгосрочные финансовые обязательства	13	-	-
Долгосрочная кредиторская задолженность	14	-	-
Прочие обязательства	15	8 747	8 519
Итого обязательства (сумма строк с 11 по 15)	16	9 281	9 653
Собственный капитал		-	-
Уставный капитал	17	141	141
Резервный капитал	18	3 344	3 344
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	19	7 241	11 555
Прочие резервы	20	-	-
Итого капитал	21	10 726	15 040
Итого капитал и обязательства (стр.16 + стр.21)	23	20 007	24 694

Руководитель

Ким Евгений Леонидович

(Ф.И.О.)

(подпись)

Главный бухгалтер

(Ф.И.О.)

(подпись)

В результате проведенного анализа финансового состояния ТОО «Гайша» для оптимизации структуры баланса можно выделить следующие мероприятия:

1. Для сокращения дебиторской задолженности и ее доли в составе текущих активов предприятию ТОО «Гайша» необходимо выбирать надежных партнеров по бизнесу и оптимальную схему взаимодействий с ними, осуществляя:

- оценку деловой репутации партнеров;
- оценку масштабов деятельности партнеров;
- оценку рискованности бизнеса партнеров и их финансовой прочности;
- систематический анализ финансового состояния партнеров по их публичной отчетности;
- систематический контроль за задолженностью партнеров и управление ею;
- оценку последствий от смены партнеров;
- контроль на этапе заключения договоров с покупателями товарной продукции (работ, услуг). Для этого необходимо в договоре предусмотреть в качестве формы расчета за выполненные работы по инкассо в без акцептном порядке. Преимущество такой формы расчетов для исполнителя работ по договору состоит в том, что заказчик обязан оплатить немедленно по предъявлении документов о сдаче работ исполнителем, то есть в без акцептном порядке. Другое дело, что заказчик не всегда согласен с такой формой расчетов, но это уже вопрос, решаемый договаривающимися сторонами [5].

При возникновении безнадежных долгов, предприятию необходимо обращаться к принудительному взысканию долгов через арбитражный суд для:

- взыскания суммы долга с инфляционной надбавкой;
- взыскания недополученной суммы прибыли из-за отвлечения средств из оборота;
- взыскания штрафных санкций за нарушение договорных обязательств.

В случае просрочки исполнения договорных обязательств по оплате более, чем на три месяца необходимо обязать менеджеров истребовать задолженность путем предъявление иска в арбитражный суд. Только когда дебиторскую задолженность можно считать истребованной, учитывать ее в общеустановленном порядке и не списывать ее с баланса в течении срока исковой давности [6].

Первая форма связана с истечением предельного срока исполнения обязательств по расчетам за поставленную по договору товарную продукцию. Предельный срок исполнения обязательств по расчетам, как было отмечено выше, - 3 месяца с момента фактического получения товара, приемки работ. Такая дебиторская задолженность называется просроченной (неистребованной).

Вторая форма связана с истечением срока исковой давности по исполнению обязательств между сторонами договора. Указанная работа по контролю дебиторской задолженности совмещается с анализом дебиторов, который позволяет исключить на будущее дебиторов с высоким риском. ТОО «Гайша» должно отслеживать и налаживать работу по формированию оборотных средств путем нормирования и контроля. Необходимо обратить внимание на открытие доступа к кредитным ресурсам банков, особенно к долгосрочным кредитам. Это поможет минимизировать величину коммерческого и налогового кредитов и сократить кредиторскую задолженность до оптимальных размеров, что позволит оптимизировать структуры пассива. Для увеличения роста объема выручки, а следовательно и получения дополнительной прибыли необходимо уделить особое внимание расширению рынка сбыта. Таким образом, на сегодняшний день в Казахстане в целом сложилась достаточно разветвленная структура розничного и оптового рынка сбыта строительных работ [7].

Разработка получения дополнительного дохода путем расширения рынка сбыта позволит получать дополнительную прибыль, а следовательно существенно улучшить финансовое состояние предприятия. Для экономии расходов на доставку продукции от поставщиков, необходимо подобрать партнера, предлагающего более низкие цены на ее доставку. Это позволит предлагать клиентам продукцию по более низким ценам, что позволит не только упрочить на рынке свою позицию, но и даст возможность привлечения новых клиентов.

Список использованной литературы:

1.Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» от 11.2017

2. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007г. №234-III ЗРК с изменениями и дополнениями от 26.12.2012 г.
3. Концептуальная основа составления финансовой отчетности, 2017
4. Сейдахметова Ф.С. Современный бухгалтерский учет. Учебное пособие. Издание 2-ое переработанное и дополненное. - Алматы: ТОО «Издательство LEM, 2016г.
5. Сейдаханова Ф.С. Бухгалтерская отчетность, её виды и назначение: Учеб. пособие. - Алматы: LEM, 2015.
6. Ержанов М.С. Основы бухгалтерского учета. Алматы, 2016 г
- Егембердиева С.К., Дюсембаева З.К. Аудит и анализ финансовой отчетности. - Алматы: Каржы-Каражат, 2018г.
7. Бурганова Г.Н., Каморджанова Н.А. «Бухгалтерский учет и отчетность в туризме»: Учебное пособие. - М.: НОЛИДЖ, 2018.

ӘОЖ 659.1.01

ЭКОНОМИКАДАҒЫ ЖАРНАМАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕР НАРЫҒЫНЫҢ РӨЛІ

Қалдыев А.Қ., Сатаев Ә.А., Нұрмахан И.Б.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Мырзалиева Г.А.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В современном мире реклама играет не маловажную роль. Она способна создать имидж товару, привлечь потенциальных покупателей, повлиять на их мнение. Благодаря удачно проведенной рекламной кампании, десятки тысяч фирм по всему миру повышают продажи, выходят на рынок с новым товаром. В статье рассматриваются основные понятия рекламы, задачи, цель, а также описывается современное состояние рынка рекламных услуг в РК.

Summary: Today, advertising plays important role in our life. It is able to create an image of the product, to attract potential buyers to influence their opinion. Through successfully conducting advertising campaigns, tens of thousands of companies around the world increase sales, entering the market with a new product. This article discusses the basic concepts of advertising, the problem, the goal, and describes the current state of the market of advertising services in the RK.

Тауарлар мен қызметтер нарығы бүгінгі күнге дейін әр түрлі және сараланған. Тұтынушылардың талғамы мен қалауының әртүрлілігімен өндіруші тұтынушы клиенттерін жоғалтпау, жаңаларын тарту, сондай - ақ өз саласында бәсекеге қабілетті болып қалу үшін бәсекелестіктің бағалық емес түрлеріне жүгінуі керек. Тиімді әдістердің бірі-жарнама. Жарнама-бұл қажетті өндірушіге өнімге немесе қызметке назар аударудың ең көне тәсілі. Өзінің таптырмас, сенімділігі мен уақыт сынының арқасында көптеген жылдар бойы жарнама өмір сүруді және дамуды жалғастыруда. Әрине, ҒТП арқасында қазіргі әлемде жарнаманың әртүрлі формалары бар. Шоғырлануды күшейту және жарнама саласындағы үйлестіруді кеңейту оны экономиканың жеке саласы ретінде қарастыруға мүмкіндік берді.

Қазіргі әлемдегі жарнамалық қызметтер нарығының өзектілігі күмән тудырмайды, өйткені бұл нарықтық экономиканың дамуындағы маңызды элемент және онда шешуші рөл атқарады.

Жоғарыда аталған себептерге байланысты қазіргі әлемде тауарлар мен қызметтерді жарнамалау орынды және қажет деген қорытынды жасауға болады. Жарнама экономиканың табиғи құралы және нарықтық жүйенің маңызды реттеушісі болып табылады.

Жарнаманың мақсаты-ақпаратты жарнама берушіден мақсатты аудиторияға жеткізу.

Жарнаманың міндеті-мақсатты аудитория өкілдерін әрекетке шақыру

Жарнама міндеттері:

1) ақпараттандыру-жаңа тауар туралы, фирма туралы, нақты оқиға туралы ақпарат пен білімді жариялау, бағаның өзгеруі туралы хабардар ету, көрсетілетін қызметтердің сипаттамасы

2) Ескерту-адамдарда артықшылықты біртіндеп қалыптастыру; сатып алу фактісін көтермелеу ;сатып алушыны сатып алуға сендіру, тауардың нақты маркасын ұстануға қол жеткізу

3) еске салу-тауар туралы еске салу, тауар туралы ақпаратты жадында сақтау; осы тауарды қайдан сатып алуға болатынын еске салу, тауардың маркасы мен бейнесін тануды қолдау

4) фирманың немесе тауардың орналасуы

5) жарнамаланатын брендке адал сатып алушыларды ұстау

6) Имидждеу - бәсекелес бейнелерден ерекшеленетін фирманың бейнесін жасау. (Әсердің визуалды, дыбыстық және семантикалық бейнесі)

Жарнама түрлері:

1) коммерциялық жарнама-жарнаманың осы түрінің мақсаты пайда табу болып табылады. экономикалық өсу мен дамуға ықпал етеді

2) әлеуметтік жарнама - жарнаманың бұл түрінің мақсаты пайда табу емес, мақсатты аудиторияға белгілі бір тұтынушылық әдеттер мен артықшылықтарды сіңіруге деген ұмтылыс қайырымдылық және басқа да қоғамдық пайдалы мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған. (Таңертең жүгіру, дұрыс тамақтану)

3) идеологиялық-жарнаманың осы түрінің мақсаты жаңа идеологиялық құндылықтарды (еңбекқорлық, азаматтардың жеке меншікке құқығы, байлық пен әл-ауқаттың негізі ретінде кәсіпкерлік) енгізу болып табылады

Арнайы әдебиеттерде жарнаманың басқа функцияларын ажыратуға болады :

4) маркетингтік-жарнама маркетингтік қызметтің құралы болып табылады және маркетинг кешенінің негізгі мақсаттары мен міндеттерін орындауға бағынады

5) коммуникативтік-жарнама жарнама берушіден Тұтынушыға ақпаратты беру тәсілі, олардың арасындағы коммуникациялық тізбек болып табылады

Қаржы қағидаты бойынша:

Белсенді-жарнамалық әрекеттерге ақы төлеу әлеуетті клиентке (тікелей немесе жанама) жүргізіледі.

Пассивті-бұл әлеуетті клиент жарнамалық бюджетті бөлуге қатыспайтын, сондықтан пассивті бақылаушы болатын принцип.

Реттеу.

Жарнамада әр түрлі саяси және қаржылық мүдделер үнемі қақтығысады. Тұтынушы жарнаманың санын азайтуға және оның интрузивтілігін төмендетуге мүдделі, өндіруші, керісінше, жарнама санын және аудиторияға қол жетімділікті арттыруға мүдделі. Бұл жағдайдаромаға келу мүмкін, айталық: жылжымайтын мүлік объектілерінде Жарнама орналастыру, үй иелері үшін де, үй жарнама берушісі үшін де өзара тиімді шарттармен .

Экономикалық дамыған елдердегі жарнамалық қызметтер нарығы

Әр елдегі жарнама дәл осы елдің аудиториясына бағытталған, ол осы мемлекеттің тұрғындары үшін мақсатты болып табылады. Әр түрлі елдерде, жердің әр түкпірінде тұтынылатын өнімдер мен қызметтер қасиеттері бойынша бір-біріне өте ұқсас болғанына қарамастан, жарнама бүгінде өзінің ерекше ерекшелігіне ие

(Мысал) АҚШ пен Францияның басты айырмашылығы :

Америкалықтар жарнаманың негізгі мақсаты сату деп санайды. Сондықтан олар мұны кез-келген жарнамада қайталаудан жалықпайды.

Француздар бұл туралы дауыстап айтуды ұят деп санайды және эстетикалық ләззат беретін жарқын және әдемі көріністерді қолдану арқылы жасырын және жасырын түрде жасайды.

Елдегі жарнамалық қызметтер нарығының қазіргі жағдайы

ZenithOptimedia болжамына сәйкес, биылғы жылдың қорытындысы бойынша жаһандық жарнама шығындары 5,1% - ға өседі. Қыркүйек айында шыққан желінің алдыңғы болжамында 2014 жылы жарнамалық инвестициялардың өсуі +5,3% деңгейінде күтілді. 2015 жылы жаһандық нарық 4,9% – ға, 2016 жылы 5,6% – ға, 2017 жылы 5,2% - ға өседі деп болжайды ZenithOptimedia.

Жаһандық экономика тұрақтануда. 2015 жылы ХВҚ ЖІӨ-нің 3,8% өсуін болжайды (2014 жылға болжам – 3,3%). Алайда, жарнамалық нарық 2014 жылғы оқиғаларға бай болғаннан кейін (қысқы Олимпиада, футболдан әлем чемпионаты және АҚШ аралық сайлауы) 2015 жылы аз қарқынмен өседі. 2016 жылы жазғы Олимпиада, АҚШ сайлауы және футболдан Еуропа чемпионатының арқасында жарнама нарығы қайта жанданып, оның өсуі 5,6% - кұрайды.

қамтамасыз етеді. Осы кезеңде бұл медианың орташа жылдық өсуі 38% - кұрайды. Осыған қарамастан, мобильді жарнаманың үлесі шамамен 5% кұрайды.

Украинадағы қарулы қақтығыспен тығыз байланысты экономикалық және саяси факторлар жарнама нарығына кері әсерін тигізуде. Еуропалық Одақ пен АҚШ-тың Ресейге қарсы санкциялары және Ресейдің жауаптары, экономиканың тоқырауы және мұнай бағасының төмендеуі инвестициялардың төмендеуіне және көптеген жарнама берушілердің маркетингтік бюджеттерінің түзетілуіне әкелді.

Қыркүйек айында шыққан ZenithOptimedia Russia-дан 2014 жылы Ресейдің жарнама нарығын дамытудың алдыңғы болжамы сәл түзетілді: +1,2%

- дан +1,4% - ға дейін. Түзету интернет-жарнамаға инвестициялардың ұлғаюына байланысты. Zenithoptimedia Russia болжамы бойынша, интернет-жарнама өсу қарқыны бойынша медиа флагманы болып қала береді: ағымдағы жылы +15% және келесі жылы +10%.

2015 жылы, zenithoptimedia болжамына сәйкес, Ресейдің байланыс нарығы өсу қарқынын 2014 жылғы көрсеткіштерге қатысты 0,8% - ға дейін төмендетеді. Бұл оптимистік болжам және ол сыртқы саяси жағдай мен мұнай бағасы тұрақтанған жағдайда ғана жарамды болады. Сондай-ақ, тұтыну нарығына, халықтың сатып алу қабілетіне және сәйкесінше жарнама саласына тікелей әсер ететін маңызды факторлардың бірі базалық валюталарға қатысты рубль бағамының төмендеуі болып қала береді. Батыс пен Ресей арасындағы қақтығыстың күшеюі, рубльдің одан әрі әлсіреуі, жаңа санкциялардың енгізілуі, сондай-ақ заң шығарушы билік тарапынан жарнама саласына жалғасып жатқан қысым 2015 жылы жарнама нарығының теріс динамикасына себеп болуы мүмкін.

Қорытындылай келе, жарнама прогрестің қозғалтқышы болып табылады, бұл өндіруші компаниялардың, фирмалардың тоқырауына жол бермейтін байланыстырушы болып табылады. тауар немесе қызмет, бір жерде. Жарнама өндіруші фирмалар, компаниялар арасында салауатты бәсекелестік туғызады, демек, болашақта өнімнің жетілдірілуіне әсер етеді. Қорғаныс механизмі қосылады-егер компания нарықта қалуды жалғастырғысы келсе, оған бейімделуді, жетілдіруді және мұнымен тоқтап қалмауды үйрену керек. Нарықтық бәсекелестік жағдайында ең сұранысқа ие адам аман қалады, тұтынушылардың сұраныстарына жауап береді және олардың қажеттіліктерін қанағаттандыра алады.

Табысты жарнамалық науқанның арқасында өндіруші фирмалар клиенттерге қол жеткізеді. Осылайша, тауар сатылымы артады, яғни фирмалар мен кәсіпорындардың кірісі артады. Бұл ел көлемінде ЖІӨ-нің өсуін білдіреді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность / К. А. Аксенова: пособие для подготовки к экзаменам – М. : Приориздат, 2005. - 96 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы/ К.В. Антипов. – М., 2009. – 328 с.
3. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама / К. Л. Бове, У. Ф. Аренс ; Под ред. О. А. Феофанова, 2011. — 677 с.
4. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности/ Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2004. - 408 с.
5. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 181 с
6. Лебедев - Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев - Любимов. ISBN-СПб., 2002. – 368с.
7. Мудров А. Н. Основы рекламы / А. Н. Мудров. - М., 2008. – 397 с
8. Плиссский Н. Реклама. Ее значение, происхождение и история / Н. Плиссский. - СПб. М., 1999. – 184с.
9. Раджабова З. К.. Мировая экономика: учебник / З. К. Раджабова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Инфра-М, 2010 – 304с.

ӘОЖ 651

МУНИЦИПАЛДЫ БАСҚАРУДАҒЫ ЛАУАЗЫМДЫҚ НҰСҚАУЛЫҚТАР

Қошқар Б.А., Дархан М.А., Даубаев С.Б.
Ғылыми жетекші: магистр, оқытушы Байкенжеева Д.Б.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье предлагается расширить должностную инструкцию до должностной папки и описано, что должно в эту папку входить. Наличие должностных папок в организации - мощный инструмент повышения эффективности персонала.

Summary: The article suggests to expand a job description into a job folder and describes what should be in the folder. Job folder is a powerful tool to increase personnel efficiency.

Қазіргі заманғы қала мен аудан-бұл тұрғындардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған әлеуметтік, экономикалық, инженерлік-техникалық және ұйымдастырушылық міндеттерді шешетін күрделі көп салалы экономика.

Муниципалды басқару және қалалық шаруашылық органдары өздеріне жүктелген бағыттардағы істердің жай-күйіне жауап бермейді. Олардан белгілі бір өнім күтіледі. Мысалы, жол қызметінің өнімі- "жағдайы жақсы Қала жолдары", құрылыс кешенінің өнімі – "қала тұрғындары әдемі, ыңғайлы, қауіпсіз және сапалы тұрғын үймен және қала инфрақұрылымына қажетті нысандармен қамтамасыз етілген".

Бұл жағдайда өнім дегеніміз-ақша немесе басқа құндылықтар үшін тұтынушының қолына берілген толық аяқталған қызмет немесе қажетті сападағы тауар. Өнімді өлшеуге болады. Кез – келген басқару органының, кез-келген ұйымның құндылығы мен пайдалылығы ол өндіретін өніммен-оның пайдалылығымен, сапасымен және көлемімен анықталады. Бизнесіте фирмалар өндірілген өнім үшін айырбас ретінде кіріс алады. Қажетті көлемдегі дұрыс өнімді өндіру ұйым үшін өмір сүру факторы болып табылады.

Ұйымның өнімі оның құрылымдық бөлімшелері шығаратын өнімдерден, ал өз кезегінде жеке қызметкерлер шығаратын өнімдерден тұрады. Егер жұмыс орнындағы әрбір қызметкер өз өнімін шығармаса, ұйым айырбастауға жарамды өнімді шығара алмайды. Егер оның өнімі нақты не екенін нақты түсінбесе, қызметкерден жоғары сапалы өнімді күту қиын. Біз бірнеше ұйымдарда сауалнамалар жүргіздік және барлық жерде сурет бірдей болды. Қызметкерлер өз өнімдерін атай алмады. Олардың тұжырымдамалары бұлыңғыр болды және көбінесе олардан күткенмен өте алыс болды.

Мұндай жағдайды әр лауазым үшін өнімнің нақты тұжырымдамасы бар лауазымдық нұсқаулықтардың көмегімен шешуге болады. Лауазымға кірісу кезінде қызметкер бірінші кезекте өз өнімін нақтылайды.

Толық лауазымдық нұсқаулық (дәлірек айтқанда, Нұсқаулық құрамдас бөлік болып табылатын лауазымдық папка) мыналарды қамтуы керек [1]:

1. Лауазымның (немесе лауазымның) мақсаты. Яғни, қысқаша, бұл хабарлама не үшін қажет.

2. Ұйымның құрылымындағы лауазымның салыстырмалы жағдайы (ол қай бөлімде, бастық кім (бастықтың аты емес, оның лауазымы) және т.б.). Мұнда түсінікті болу үшін Диаграмма немесе сурет берілуі мүмкін.

3. Посттың сипаттамасы. Әдетте бұл лауазымды бұрын атқарған адамдар жасайды. Бұл жағдайда сипаттама ұсынымдық сипатта болады. Сипаттамаға жазбаны өңдеу үшін білу қажет мәліметтер кіреді.

4. Постқа қандай бөлшектер келетінін, осы бөлшектермен қандай өзгерістер жасау керектігін және оларды кейін қайда бағыттау керектігін көрсететін ағындардың сызбасы.

5. Осы лауазымға қатысты материалдар мен құжаттардың толық таңдауы.

6. Осы материалдарды зерттеуге арналған "бақылау парағы". Шын мәнінде, бұл ораза материалдарын зерттеу бағдарламасы, сонымен қатар оларды шынымен игеруге және қажет нәрсені жасауды үйренуге арналған жаттығулар.

7. Ораза өнімі.

8. Посттың "статистикасы". Бұл өнімнің қандай көлемде өндірілгенін есептеуге мүмкіндік беретін сандық көрсеткіш.

Мұндай жұмыс папкасының болуы қызметкерге өзінің постын, оның мақсатын, ұйымдағы салыстырмалы жағдайын, өнімін және осы өнімді алу әрекеттерін тез және шынымен түсінуге көмектеседі.

Бұл жүйе әлемде 70-ші жылдардан бері қолданылып келеді және уақыт сынағынан сәтті өтті. ҚР-да ол негізінен шағын және орта бизнестің жеке компанияларында кең таралған. Олар объективті түрде мобильді және әлемдік қоғамдастықта жинақталған оң тәжірибені тезірек қабылдайды. Қазақстандық жағдайларда апробация кезеңі сәтті аяқталды, енді қызметкерлермен жұмыс істеудің бұл әдісін муниципалды және басқа да мемлекеттік органдарға ұсынуға болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Хаббард Л. Рон, Курс руководителя организации. Том 0. Копенгаген: New Era Publications International Aps, 2015. – 1137 с.

2. Иваненко С. И. Саентология и бизнес. СПб: Древо жизни, 2017. – 152 с.

CONDITIONS FOR MARKETING IN WHOLESALE TRADE IN KAZAKHSTAN

Қуттыбек Н.А., Шаймерден Д.К., Сейтжан К.Н.
Scientific supervisor: senior lecturer: Ажибекова А.Д.
Miras University, Shymkent, Kazakhstan

Түйін: Көтерме сауда – бұл тауарларды немесе қызметтерді қайта сату немесе кәсіби пайдалану мақсатында сатып алушыларға сатудың кез келген қызметі. Көтерме сатушы – әртүрлі өндірушілерден тауарлардың айтарлықтай мөлшерін сатып алып, олардың бөлік саудаға қозғалысын немесе тікелей сатуды ұйымдастыратын компания. тұтынушы.

Аннотация: Оптовая торговля - любая деятельность по продаже товара или услуг. с целью перепродажи или профессионального использования. Оптовиками является фирма, приобретающая значительные количества товара у различных производителей и организующее их движение в розничную торговлю, либо непосредственный сбыт потребителю.

Wholesale trade is any activity of selling goods or services to those who purchase them for the purpose of resale or professional use. Wholesaler is a company that purchases significant quantities of goods from various manufacturers and organizes their movement into retail trade, or direct sale to consumers. Wholesalers differ from retail. Firstly, the wholesaler pays less attention to the incentives, atmosphere and location of his trading establishment, because it deals primarily with professional clients rather than with end consumers. Secondly, wholesale transactions are larger in volume than retail transactions, and the trading area of a wholesaler is usually larger than that of a retailer. Thirdly, with regard to laws and taxes, the government approaches wholesalers and retailers from different positions. It is beneficial for manufacturing firms to use the services of wholesalers, because even if they have sufficient capital, it is preferable for them to direct funds to the development of production rather than to organizing wholesale trade. And in turn, it is beneficial for wholesalers to maintain good relations with all companies, if only on the grounds that this provides them with the most important weapon for wholesale efficiency - a wide assortment, a wide selection of goods. The fundamental difference between a wholesaler and a company's sales service is that he receives income and profit from the sale of goods from any company, not just your own. But the tastes and preferences of consumers are different [1].

Accordingly, the greater the selection of goods a wholesaler has, the higher his income and profit. Of course, he also faces marketing problems: this includes decisions about the target market, prices, incentive methods, and the location of the enterprise. But wholesalers are significantly more involved in the selection of assortments. Wholesalers are under intense pressure to offer a full range and maintain sufficient inventory for immediate delivery. But this could have a negative impact on profits. Today, wholesalers select only the most profitable product groups for themselves. And in turn, it is beneficial for wholesalers to maintain good relations

with all companies, if only on the grounds that this provides them with the most important weapon for wholesale efficiency - a wide assortment, a wide selection of goods. The fundamental difference between a wholesaler and a company's sales service is that he receives income and profit from the sale of goods from any company, not just your own. But the tastes and preferences of consumers are different. Accordingly, the greater the selection of goods a wholesaler has, the higher his income and profit [2].

Of course, he also faces marketing problems: this includes decisions about the target market, prices, incentive methods, and the location of the enterprise. But wholesalers are significantly more involved in the selection of assortments. Wholesalers are under intense pressure to offer a full range and maintain sufficient inventory for immediate delivery. But this could have a negative impact on profits. Today, wholesalers select only the most profitable product groups for themselves. From the position of a manufacturing enterprise, wholesale trade is an important link in distribution, which can and does solve its marketing problems. From a marketing point of view, the role of wholesale trade is to maximally satisfy the needs of retail enterprises, supplying them with the necessary goods in certain volumes and on time. Usually located in large settlements (cities), wholesale companies also know the needs of end customers well. Therefore, they, independently or with the help of the product manufacturer, are able to organize powerful marketing support for retail trade [3].

As modern experience shows, wholesale companies in most cases carry out sales functions better than the manufacturer, since they have established connections with retail trade, as well as a good warehouse and transport base. Today, wholesale companies provide their customers not only with goods, but also with a wide range of related services: advertising at the point of sale, organization of sales promotion events, delivery of goods, pre-sale preparation, including packaging and packing of goods under the brand name of a retail enterprise or retail chain. In the market of technically complex goods, wholesale companies organize service centers with the support of manufacturers. The solution to the problem of satisfying the interests of manufacturers, on the one hand, and retailers and end customers, on the other hand, has led to a variety of methods and forms of wholesale trade [4].

Classification of wholesale trade by breadth of assortment

- wide range (1-100 thousand items);
- limited range (< 1000 items);
- the range is narrow (< 200 items);
- specialized assortment;

by delivery method:

- delivery by own transport;
- sale from warehouse (pickup);

by degree of cooperation:

- horizontal cooperation for joint procurement and organization of wholesale markets;

- vertical cooperation for sales purposes and competition with retail trade for the end-consumer market;

in relation to the sales system:

- exclusive sales system: the manufacturer provides a license to trade under franchising terms;

- selective sales system: distribution and dealer agreements between the manufacturer and the wholesale companies chosen by him;

- intensive sales system: work simultaneously with all intermediaries;

by turnover size:

- large wholesalers;

- medium wholesalers;

- small wholesalers.

From a wholesale trade point of view, there are three general categories:

- wholesale trade of manufacturers;

- wholesale trade of intermediary enterprises;

- wholesale trade carried out by agents and brokers.

Wholesale trade is carried out by manufacturers with the help of their own sales bodies, for which a subsidiary wholesale company is created. However, the activities of such a company will be justified if the volume and range of products produced are sufficient. Otherwise, it is advisable to transfer the functions of wholesale trade to independent companies [5].

Independent wholesale companies are organized in accordance with the above classification, depending on the requirements of the retail trade and their own capabilities. Forms of wholesale trade. The choice of the form of wholesale trade depends on the specific product, its position in the market (in demand; demand is not great, the degree of market saturation), on the specific transaction of the wholesale company with the seller of the product. In the transit form, goods are delivered from the manufacturer to a retail chain or another wholesale company (smaller or located in another city), bypassing the warehouse of the intermediary wholesaler. This form has the advantage that turnover is accelerated, logistics costs are reduced, and the safety of the goods is increased. In the warehouse form, a batch of goods from the manufacturer arrives at the warehouse of a wholesale company, and then is distributed through various distribution channels to retail. Despite the increased logistics costs, in this case the needs of trade in pre-sale preparation are better met.

The rhythm of supplies to stores is also improving, including in small batches, which is convenient for them. This opens up the possibility of creating the product assortment required for each store. The most common types of wholesale trade from a warehouse are:

a) personal selection of goods in the warehouse;

b) upon a written application (for example, sending a fax) or an oral application by telephone from the store;

c) through traveling sales representatives (agents, sales managers);

d) using active calls from the control room;

e) trade at wholesale exhibitions and fairs.

The choice of type of trade for a wholesaler is determined taking into account the desire and size (capacity) of the retail enterprise. There are two main forms of wholesale trade:

- transit;
- warehouse.

Bibliography:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг. Практикум / И.Л. Акулич. - М.: Высшая школа, 2022. - 416 с.
2. Божук, С.Г. Маркетинг / С.Г. Божук. - М.: Питер, 2019. - 561 с.
3. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО / С.Г. Божук. - М.: Юрайт, 2022. - 386 с.
4. Бронникова, Т. С. Маркетинг. Теория, методика, практика / Т.С. Бронникова. - М.: КноРус, 2020. - 208 с.
5. Букин, С. О. Основы маркетинга в вопросах и ответах / С.О. Букин. - М.: Феникс, 2018. - 160 с.

ЭОЖ 331.108.37

ПЕРСОНАЛДЫ ІРІКТЕУДІҢ ЗАМАНАУИ ӘДІСТЕРІ

Құрбанбай Е.С., Өнербай Е.Т., Кенжебаев Т.Н.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Мырзалиева Г.А.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Данная статья посвящена актуальной проблеме: исследуются классические методики, а также нестандартные методы отбора персонала, применимые в современных условиях.

Summary: The article is devoted to the actual problem : The classical techniques , as well as non-standard methods of selecting staff , applicable in the present conditions .

Бүгінгі таңда кадрларды іріктеу кадрлық менеджменттің негізгі функцияларының бірі болып табылады.

Басшылар кадрлар бәрін шешетінін түсінеді. Оларды "толық" орналастыру үшін компанияда жұмыс істеуге ынталандыратын жауапты мамандарды таңдау қажет. Әрине, мұндай нәтижеге қол жеткізу үшін қызметкерлерді іздеудің заманауи түрлерін қолданған дұрыс.

Әрбір компания үшін дәл осы жағдайда қолданылатын персоналды таңдау әдісі қолайлы. Сондықтан кадрларды іріктеу мамандары білікті мамандар мен жеткілікті табысты қызметкерлерді таңдауға мүмкіндік беретін қажетті білім мен әдістер жиынтығына ие болуы керек.

Компанияларда кадрларды іріктеудің қандай әдістері жиі қолданылады? Бұл классикалық әдістер деп аталады. Оларға мыналар жатады: сауалнама, сұхбат, тестілеу, түйіндеме және бағалау әдісі.

Сауалнама әлеуетті қызметкер туралы деректерді, мысалы: аты, тегі, әкесінің аты, тұрғылықты мекен-жайы, білімі, жұмыс тәжірибесі туралы мәліметтер және т.б. алу мақсатында қолданылады.

Сұхбат-қазіргі уақытта қызметкерлерді іріктеудің ең кең таралған әдісі. Әңгімелесу арқылы жұмыс беруші кандидат туралы жеткілікті ақпарат алады: оның бұрынғы жұмыс тәжірибесі, лауазымға үміткердің жеке қасиеттерімен танысады, оның мүдделерінің шеңберіне қызығушылық танытады және т.б. Сұхбаттың артықшылығы-оның көмегімен үміткер туралы ауызша емес ақпарат алуға болады, өйткені оның қимылдарын, интонациясын және мінез-құлқын бағалау мүмкіндігі бар. Бұл кадрларды іріктеудің басқа әдістеріне қосымша дәлірек қорытынды жасауға көмектеседі.

Қызметкерлерді іріктеудің келесі дәстүрлі әдісі-тестілеу. Бұл әдіс, мысалы, сұхбаттасу сияқты кең таралған емес, бірақ ол өте тиімді. Тестілеу үміткердің осы ұйымдағы лауазымға нақты қажет болатын қасиеттері мен қасиеттерінің жалпы деңгейін мұқият анықтауға көмектеседі.

Қызметкерлерді іріктеудің тағы бір әдісі-бағалау әдісі. Көбінесе ол нақты жұмыс жағдайын имитациялай отырып, ойын түрінде өтеді, ал үміткер ойын барысында қатысушылардың алдында сөз сөйлеуі керек, белгілі бір лауазымға байланысты қандай да бір шешім қабылдауы керек, қандай да бір фактіні талдауы керек, өз пікірін негіздеуі керек және сол сияқтылар.

Соңғы, өте кең таралған әдіс-үміткердің жұмыс тәжірибесі туралы ақпаратты және жұмыс берушіге хабарлағысы келетін қалаған лауазымға қатысты басқа мәліметтерді қамтитын түйіндемені пайдалану арқылы қызметкерлерді іздеу.

Қызметкерлерді іріктеудің осы дәстүрлі әдістерінің барлығы негізгі болып табылады. Олар бірнеше рет сыналған және уақыт сыналған, бұл сөзсіз плюс. Бірақ уақыт өтіп жатыр, еңбек нарығындағы жағдай өзгеруде, ұйымдар дамып, кеңейіп келеді, сәйкесінше персоналға қойылатын талаптар өзгеріп, артып келеді. Бұл үшін тек дәстүрлі әдістерді қолдану әлеуетті қызметкерлердің қажетті қасиеттерін анықтау үшін жеткіліксіз. Содан кейін кадрларды іріктеу бойынша мамандарға жаңа, заманауи әдістер көмекке келеді. Төменде олардың кейбіреулері қарастырылады.

Біз жүргізген зерттеу бүгінгі таңда қызметкерлерді іріктеудің дәстүрлі әдістерінен басқа, дәстүрлі емес әдістер шетелдік және ресейлік компанияларда танымал бола бастағанын анықтады.

Кадрларды іріктеудің алғашқы заманауи дәстүрлі емес әдістемесі-*brainteaser*-сұхбат. Бұл әдіс үміткерлер "қиын" сұрақтарға жауап беруі немесе кейбір логикалық мәселелерді шешуі керек. Осы әдісті қолдана отырып, көшбасшы аналитикалық ойлау қабілетін тексере алады, сонымен қатар үміткердің шығармашылық әлеуетін анықтай алады. Көбінесе *brainteaser*-сұхбат ақыл-ой жұмысшылары мен "креативтілерді" таңдауда қолданылады. *Brainteaser* сұхбаты нақты жауаптары бар шағын логикалық тапсырмалардан және нақты жауабы жоқ тапсырмалардан тұрады. Мұнда жауаптарда пайымдаудың қисындылығы мен стандартты емес шешім бағаланады. Мұндай міндеттерден басқа, ойлаудың шығармашылығын көрсету қажет күрделі іскерлік жағдайлар-жаттығулар бар [2].

Келесі әдіс физиогномиямен байланысты. Іс жүзінде бұл әдіс жиі қолданылады. Физиогномия-бұл адамның сыртқы ерекшеліктерін және оның көрінісін талдауға негізделген адамның жеке басын, оның психикалық қасиеттері мен денсаулық жағдайын анықтау әдісі. [8].

Қазіргі физиогномистердің пікірінше, бет ерекшеліктеріндегі кез-келген өзгерісті ішкі өзгерістермен және эмоционалды өзгерістермен байланыстыруға болады. Бет ерекшеліктерін талдау адамның мінезінің ерекшеліктерін анықтауға көмектеседі. Қазіргі уақытта көптеген HR мамандары бұл білімді жалдау үшін пайдаланады. Адамдар бір нәрсені айта алады, бірақ мүлдем басқаша ойлай алады, сондықтан олардың шынайы күйі туралы түсінік өте маңызды. Зерттеулер көрсеткендей, қарым-қатынас кезінде адамдар тек 7% ақпаратты ауызша жеткізеді, шамамен 30% дауыспен және шамамен 60% вербалды емес арналар арқылы беріледі [9].

Біздің ойымызша, физиогномияны қолдану персоналды таңдауда осы әдісті қолданудың практикалық тәжірибесі болған жағдайда және ұсыныстар беру кезінде ерекше назар аударылған жағдайда ғана қолданыла алады. Үміткерлерді таңдаудың жалғыз әдісі ретінде физиогномияны қолдануға болмайды. Ол дәстүрлі әдістердің тұжырымдарын күшейтуге мүмкіндік беретін көмекші әдіс ретінде қолайлы.

Кадрларды іріктеудің келесі заманауи дәстүрлі емес әдісі-френология. Френология дегеніміз-адамның психикасы мен оның бас сүйегінің беткі құрылымының байланысы болып табылатын білім жүйесі. Френологияның негізгі мақсаты-адамның бас сүйегінің жеке белгілері мен оның жеке қасиеттерінің арасындағы байланысты зерттеу [10]. Бірақ кадрларды іріктеу кезінде мұндай әдісті қолдану мамандардың практикалық қызметінде сирек қолданылады, өйткені кадрлық қызметтердің қызметкерлері бұл ғылымға сенімсіздікпен қарайды.

Қызметкерлерді табу үшін социониканы қолдану өте қызықты. Бұл адам психикасының қоршаған әлемнен ақпаратты өңдеу процесін зерттейтін ғылым [4]. Социониканың идеясы-бұл адамдардың психикасы ақпаратты қабылдаудың және оны өңдеудің 16 мүмкін нұсқасы бар. Адамның осы типтердің біріне жататындығына сүйене отырып, белгілі бір социотипке сәйкестікті анықтауға болады, бұл үміткердің мінез-құлқы мен оның басқа типтері бар адамдармен қарым-қатынасы туралы болжам жасауға мүмкіндік береді. Әрбір тип үшін кәсіби өзара іс-қимыл саласында да, жеке мүдделер саласында да белгілі бір ұсыныстар жасауға болады [5]. Социониканы қолдану осы ұйымның мотивациялық саясатын ұнататын және оның ұжымына жақсы сәйкес келетін осы жұмыс түрін орындауға ең қолайлы адамдарды таңдауға мүмкіндік береді. Бұл еңбек тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, үміткерлер бұл әдіске оң көзқараспен қарайтынын атап өткен жөн, өйткені әңгімелесуден өткеннен кейін олар өздерінің типтерінің сипаттамасын біліп, нақты ұсыныстар ала алады.

Бірақ адамның жеке басы оған білім мен әлеуметтік ортаның әсері нәтижесінде қалыптасады. Сондықтан социотиптің сипаттамасы адамның жеке

басымен толық сәйкес келе алмайды. Әрине, мен кадрларды іріктеудің әлеуметтік әдісі дәстүрлі әдістерге қосымша қолданылуы керек екенін қосқым келеді.

Тағы бір ерекше әдіс-графология. Бұл әдіс Батыс компанияларында кең таралған және қолжазба сараптамасын білдіреді. Графология-қолжазба мен жеке тұлғаның жеке ерекшеліктері арасында тұрақты байланыс бар ілім [7]. Графологтар үміткердің қолжазбасы туралы жалпы әсерді оның ерекшеліктері мен ерекшеліктерін зерттеу арқылы қалыптастыруға көмектеседі. Ритмикалық тербелістердің болуы, қағазды басу күші, қолжазбаның бағыты және жазу жылдамдығы - мұның бәрі үміткердің белгілі бір қасиеттері туралы қорытынды жасауға және оларды ұйымдағы қажетті іс-әрекетке сәйкестендіруге көмектеседі. Еуропада графологияның ең көп тараған қолданылуы. Мысалы, Францияда персоналды іріктеу кезінде жұмыс берушілер өмірбаянның графологиялық талдауын қолданады, Израильде мемлекеттік қызметкерлер графологиялық сараптамадан өтеді [3]. HR мамандары графология сияқты ғылымға осылай жүгінбейді. Сөзсіз плюс-графологиялық талдауды қашықтықтан және қызметкерлердің білімінсіз жүргізуге болады, бұл сенімді нәтиже береді. Алайда, графологияның тиімділігі бүгінгі күнге дейін даулы мәселе болып табылады. Біздің елде графология танымал емес, өйткені арнайы оқыту бағдарламалары жоқ, сондықтан осы саладағы білікті мамандар.

Қызметкерлерді іріктеу кезінде астрологияны қолдану өте қызықты факт. Астрология-бұл болашақты аспан денелерінің бір-біріне қатысты қозғалысы мен орналасуы арқылы анықтауға болатын ілім [1]. Айта кету керек, жақында бизнестегі жұлдыз жорамалдарының танымалдығы төмендеді, бірақ бүгінгі күнге дейін астрологиялық болжамдарға сәйкес кадрларды іріктеу және шешім қабылдау әдістемесінің жақтаушылары қалады.

Кейбір компаниялардың басшылары кандидаттарды қан тобы бойынша тиімді іріктеу әдісімен іріктеу процесінде. Бұл әдістеменің жақтаушылары бірінші қан тобы бар адамдарға көшбасшылық қасиеттері, өршілдігі, көпшілдігі, белсенділігі және жоғары деңгейдегі табандылығы бар адамдар жатады деп санайды. Олардың мансаптық өсуіне кедергі келтіретін қасиеттер: тәкаппарлық, нарциссизм, сынға деген ауыр қабылдау. Екінші қан тобы бар адамдар тәртіпті, тәртіпті және ұйымшылдықты жоғары бағалайды. Олар әрқашан егжей-тегжейге көп көңіл бөледі, өте ұқыпты, міндетті және еңбекқор. Үшінші қан тобы бар қызметкерлер-шығармашылық адамдар, проблемаларды шешуге ерекше көзқараспен қарайды, ал олар нашар байланысқа түседі, көпшіл емес және аз сөйлейді. Осы типтегі адамдар үшін ең жоғары құндылықтар – бостандық пен тәуелсіздік, бірақ олар әрқашан біреудің көзқарасын ескереді, жанашырлық пен жанашырлықты біледі. Осы теорияға сәйкес, төртінші қан тобы бар адамдарды орта буын менеджерлерінің позициясына қабылдаған дұрыс, өйткені олардың арасында рационализм, әдептілік пен адалдықпен ерекшеленетін керемет ұйымдастырушыларды табуға болады [10]. Бұл әдіс кадрларды іріктеу кезінде орын алады және қызметкердің қан тобы туралы мәліметтер негізінде жасалған тұжырымдар қосымша ақпарат ретінде

пайдаланылуы мүмкін, бірақ кандидатты таңдаудағы негізгі көрсеткіш бола алмайды.

Мақалада қарастырылған соңғы заманауи әдіс-полиграфты қолдану. Полиграфиялық зерттеулердің көмегімен компанияға деген адалдық, жұмысқа орналасудың шынайы себептері, есірткіге және/немесе алкогольге тәуелділіктің болуы және т. б. анықталады және бағаланады.

Жоғарыда айтылғандарды талдай отырып, көптеген компаниялар кадрларды іріктеудің көптеген дәстүрлі емес әдістерін қолданғанымен, кадрлар мамандары оларды қолданудың тиімділігіне күмәнданып, оларға сенімсіздікпен қарайды деген қорытынды жасауға болады.

Қорытындылай келе, дәстүрлі емес әдістерді кадрларды іріктеудің дәстүрлі әдістерімен бірге қосымша ақпарат алу үшін ғана қолдану керек деп айтқым келеді. Ешқандай жағдайда дәстүрлі емес әдісті негізгі әдіс ретінде қолдануға болмайды және оның нәтижелеріне ғана сенуге болмайды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Астрология. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
2. Нетрадиционные методы подбора персонала: особенности применения и рейтинг популярности // Управление персоналом./Денисова А. – 2007. – № 24
3. Подбор персонала: пер. с фр./ Жув Д. - СПб.: Издат. дом «Нева», 2004
4. Соционика.[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
5. Типология Майер-Бриггс. [Электронный ресурс].Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
6. Узнай себя по группе крови.[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vmv.ucoz.ru>
7. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта./ Дуракова И. Б. - М.: Центр, 1998;
8. Физиогномика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
9. Физиогномика. / Рошаль В. М. - СПб.: Астрель-СПб, 2007
10. Френология. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.phrenology.by.ru>

ӘОЖ 614.48

ГУМАНИТАРЛЫҚ ОПЕРАЦИЯЛАРДЫ ЖҮРГІЗУ АЙМАҚТАРЫНА ТІКЕЛЕЙ ТҰТЫНУҒА ДАЙЫН ТАҒАМДЫ ЖЕТКІЗУ ҚАЖЕТТІЛІГІ ТУРАЛЫ ПАЙЫМДАУ

Құрбанбай М.С., Орынбай Е.А., Тасбауов М.Б.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Бекебаева М.О.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассматривается необходимость доставки в зоны проведения гуманитарных операций пищи, состоящей из блюд готовых к непосредственному потреблению.

Summary: The article discusses the need to deliver food to the areas of humanitarian operations, consisting of dishes ready for direct consumption.

Гуманитарлық операцияларды жүргізудің маңызды ерекшелігі-оларды өткізу аймағына азық-түлік тауарларының шектеулі мөлшерін ғана жеткізуге болады және азық-түліктің әрбір грамы барынша пайдаланылуы тиіс.

Өзектілігі

Болашақ гуманитарлық операцияларды жүргізуді мемлекеттік жоспарлау кезінде олардың жүргізілетін аудандарында қандай да бір әлеуметтік инфрақұрылым толық болмайтындығына, ал зардап шеккендер өзіне-өзі көмек көрсету мүмкіндігінен барынша айырылатындығына негізделу қажет. Құтқарушылар әскери қақтығыстар, жер сілкінісі, су тасқыны аймақтарында гуманитарлық операцияларды жүргізу кезінде осындай жағдайларға тап болады.

Мақсаттар, міндеттер, материалдар мен әдістер.

Мақаланың мақсаты гуманитарлық операцияларды жүргізу аймақтарына қосымша ыдыс-аяқ пен асханалық керек-жарақтарсыз тікелей қолдануға дайын тағамдардан тұратын азық-түлікті жеткізу қажеттілігіне назар аудару болып табылады, сонымен бірге тіпті әлсіреген зардап шеккендер үшін де тамақтану гигиенасы бұзылмауы керек. Міндет гуманитарлық операциялар аймақтарында "вприкуску" типті икемді қаптаманы қолданудың артықшылықтарын түсіндіру болып табылады.

Ғылыми жаңалық.

Автор әзірлеген "вприкуску" типті икемді қаптама RU 267324 C2 өнертабысына патентпен қорғалған. Қаражат болмаған жағдайда, қазіргі уақытта патентке қолдау көрсетілмейді және барлық құқықтар мүдделі гуманитарлық ұйымдардың пайдалануы үшін өтеусіз берілуі мүмкін.

Патент формуласы өнім түтігі түріндегі ішкі контейнері бар икемді қаптаманы және жарылғыш құрылғысы бар сыртқы термиялық тығыздағыш пленка пакетін қорғайды.

Жарылғыш құрылғыны іске қосқан кезде (5) пакеттің жоғарғы бөлігін (1) еңкейтуге болады және оның орнына стерильді өнім құбыры (10) тікелей ауыз қуысына тамақ ішуге ашылады. Ішкі контейнердің серпімділігі жоғарғы тігісті қалыптастыру кезінде қосымша вакуумдық сорғыларды қолданбай контейнер ішінде вакуум жасауға мүмкіндік береді. Ішкі вакуумды құру арқылы оралған өнімнің сақтау мерзімі қойма жағдайында да, төтенше жағдайда да едәуір ұзартылады.

Автор "вприкуску" сияқты дайын өнімдерді орау технологиясын әзірледі және құны бойынша ол үш пакет бар әйгілі "үйсіз пакеттердің" құнынан аспайды деп сенуге негіз бар: мұздатылған кептірілген өнім пакеті, май пакеті және дәмдеуіштер пакеті. "Үйсіз сөмкені" дайындау үшін ыстық су қажет, оны төтенше жағдайларда алу өте қиын және жиі өлімге әкеледі.

Әр түрлі банктердегі қаптаманың құны туралы айтудың қажеті жоқ-бұл әлдеқайда жоғары болады, ал өнімді тұтынудың гигиенасы әлдеқайда төмен, ал әлсіз адамдарға өз бетінше қызмет көрсету мүмкіндігі іс жүзінде алынып тасталады.

Қолмен режимде Автор әртүрлі өнімдердің қаптамасын шығарды. Қаптаманы жылыту үшін өз дененіздің жылуы жеткілікті.

Соңғы қақтығыстардың тәжірибесі көрсеткендей, көптеген бейбіт тұрғындар тамақ пісіру кезінде қаза тауып, мергендер мен артиллерияның оңай олжасына айналады, олар тамақ дайындауға арналған От түтініне тартылады.

Өнеркәсіптік масштабта "вприкуску" типті қаптаманы қолдану ішкі контейнерді қалыптастыру және сыртқы қапшыққа жарылғыш жолақ жағу үшін қосымша жабдықты қажет етеді, бұл жабдық қолданыстағы таяқша пакеттік қаптама желілерінде жоқ, бірақ орау саласында ұқсас функциялары бар жабдық бар. Желілерді қайта конфигурациялау тез арада өзін-өзі ақтайды, өйткені бұл жабдықта балалар тамағы мен мектеп оқушыларына арналған тамақ, әскери қызметшілердің құрғақ рациондары, борттық тамақтану және көліктегі құтқару құралдарына арналған апаттық азық-түлік қорын орауға болады.

Нәтижелер, қорытындылар.

Соңғы уақыттағы гуманитарлық операцияларды жүргізу тәжірибесі төтенше жағдайларда тамақ дайындауға байланысты қосымша құрбандықтарды болдырмау үшін гуманитарлық операцияларды жүргізу аудандарына азық-түлікті тікелей қолдануға дайын және ыдыс-аяқ пен асхана керек-жарақтарын пайдаланбай ыдыс-аяқ түрінде жіберу керектігін көрсетеді. Мұндай талаптарға "вприкуску" типті икемді қаптама толық жауап береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Нечаев А. В. Патент RU2670324 C2 Описание к изобретению. [Электронный ресурс], URL:<http://vprikusku.com/upakovka/patent-ru2670324-c2-opisanie-k-izobreteniyu.html> (Дата обращения 14.06 2022).

ОӘЖ 657

АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ҰЙЫМДАРЫ ҮШІН МАТЕРИАЛДЫҚ ҚОРЛАРДЫҢ ТҮГЕНДЕУІ

Малик З.А., Бектай А.М., Сандыбаева А.Б.-УиАқ-21-1 тобының студенттері
Ғылыми жетекшісі: Жаздықбаева Д.П.
ОАИУ, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассматривается об инвентаризации материальных ресурсов сельскохозяйственных организаций.

Summary: The article discusses the inventory of material resources of agricultural organizations.

Мал шаруашылығының ерекшелігі – бір өнімнен бірнеше өнім алынады. Мал шаруашылығының негізгі өзіндік құнын есептейтін объектілері – ірі қара мал шаруашылығы, шошқа, қой шаруашылығы, жылқы және түйе шаруашылығы, ара шаруашылығы, құс шаруашылығы. Мал шаруашылығының өніміне жатады: сүт, ет, бал, төл, жұмыртқа, малдардың өсу салмағы және тағы басқа өнімдер. Мал шаруашылығының өнімі бөлінеді: негізгі және негізгі емес.

Синтетикалық есебі № 10 журнал – ордерде жүргізіледі,
Шот корреспонденциясы:
Басқа кәсіпорындардан және тұлғалардан кіріске алынды:
А) жас малдар Дт 2523 Кт 3110
Б) ірі қара мал бастары Дт 2521 Кт 3110
Мал шаруашылығынан кіріске мал төлі алынды:
Дт 1320/2 Кт 2520/2
Мал төлі жас малдарды өсіруге жіберіледі, өз шаруашылығында
Дт 2523 Кт 1320/2
Жас малдар негізгі табынға аударылды
Дт 2520/2 Кт 2523/2
Басқа өнімдерді алу үшін ірі қара малдарды союға жіберілді:
Дт 8110 Кт 2521/2,2523/2
Мал союздан басқа өнімдер кіріске алынды
Дт 1320/2 Кт 8110
Малды санағанда жетіспеушілік анықталды:
Дт 1280/2 Кт 2522/2,2523/2
Анықталған жетіспеушілік:
А) табиғи нормемен есептен шықты
Дт 7210,7470 Кт 1280
Б) кінәлі адамдарға апарылды
Дт 1253 Кт 1280
Кінәлі адамның еңбекақысынан ұсталынды:
Дт 3350 Кт 1253
Өткізілген ірі қара мал және жас малдар есептен шығарылды:
Дт 7010 Кт 2522/2,2524/2

Кейбір фермерлердің бухгалтерлік есепті ұйымдастыру және жүргізуге, қаржылық есеп беруді жасауға қарсы келуі немесе оларды ескермеуі болып тұрады [1].

Айналымдағы мүліктер құрамына кіретін шаруашылық құралдарының есебі мен бақылауын нақты дұрыс ұйымдастыру үшін:

– қоймаларда сақталуы мен пайдалану барысында дұрыс жақсы жағдайды қамтамасыз ету қажет;

– сақтау мен пайдалану орындарында жедел қабылдау, жіберу және нақты барын тексеру мүмкіндігін қамтамасыз ететін тәртіппен орналастыру қажет;

– қабылдау, сақтау, жіберу, операцияларды дұрыс және уақытылы рәсімдеу үшін жауапты тұлғаларды анықтау, жауапты тұлғалармен материалдық жауапкершілігі туралы жазбаша келісім-шарт жасау;

– шаруашылық құралдарын алу, өндіріске жіберу және есептен шығару бойынша есеп құжаттарына қол қою құқығы бар қызметті тұлғаларды белгіленген тәртіппен бекіту;

– шаруашылық құралдарының қозғалысы бойынша операцияларды рәсімдеу тәртібін құжат айналымында анықтап белгілеу;

– қоймалардағы және қолданыстағы шаруашылық құралдарын түгендеудің мезімдерін анықтау.

Сонымен қатар, ұйымның есеп саясатында шаруашылық құралдарының құнын есептен шығару мерзімі туралы мәселе ашып қарастырылуы қажет. Бұл топтағы өндірістік қорлардың құнын есептен шығару мерзімі болып, бір жағынан қолданысқа жіберу сәті саналуы мүмкін, ал екінші жағынан, активтің қызмет ету мерзімінің аяқталған, есептен шығарылған уақыты болуы мүмкін. Экономикалық көзқарастан бұл жерде бірінші нұсқаны пайдаланған дұрыс, себебі қолданысқа жіберілген шаруашылық құралдардың құны бірден дайын өнімге кеткен материалдық шығындар құрамына кіреді. Дайын өнімді сатқаннан кейін, қолданыстағы шаруашылық құралдарын, олардың қызмет ету мерзімі бітпей тұрып жаңа құралдармен алмастыру мүмкіндігі туындайды. Екінші нұсқаға қарағанда, бұл жерде қорларды тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін, олардың айналым қарқыны өседі. Бірақ, біздің ойымызша, бірінші нұсқаның бір кемшілігі бар – ол қолданысқа жіберілген және сол сәтте есептен шығарылған шаруашылық құралдарына бақылаудың жеткіліксіздігі.

Нормативті құжаттарға сәйкес шаруашылық құралдарын қоймадан қолданысқа жібергеннен кейін, олардың бары мен қозғалысын бақылау жедел есеп тәртібімен жүзеге асыру ұсынылады. Бірақ бақылаудың қандай әдістері мен тәсілдерін қолдану керек екендігі түсініксіз. Сонымен қатар активтердің жеке осы түрімен байланысты бастапқы құжаттар да қарастырылмаған [2].

Сонымен, материалдық-өндірістік қорлар құрамында есепке алынатын, қолданысқа жіберілген сәтте есептен шығарылатын шаруашылық құралдарының пайдаланылуын жедел бақылауды жүзеге асыру қажеттілігіне қарай, бастапқы құжаттардың қосымша нысандарын жасадық. «Шаруашылық құралдарын қолданысқа жіберу жүкқұжаты» – бұл құжат қорлардың осы түрінің қолданысқа жіберілгенін растайды және олардың құнын өндірістік шығындарға шығаруға негіз болып табылады. Бұл құжат операция орындалған сәтте толтырылуы қажет, яғни қорларды өндіріске қолданысқа жіберген сәтте, және бухгалтерияға келесі күні берілуі тиіс.

Қазіргі уақытта ұйым туралы жалпы бірдей мүддемен байланысқан ұжым ретінде айтуға болмайды. Нарық заңдылықтары бойынша өнім өндіру және сатумен, қызмет көрсетумен және басқа қызметтермен байланысты барлық экономикалық субъектілер құрылтайшыларға, яғни меншік иелеріне және жалдамалы жұмысшыларға бөлінеді. Ендігі жерде түгендеуге, кәсіпкерлердің қаражаттары және заемдар мен несиелер салынған меншіктің сақталу мәселесі ретінде қараған жөн [3].

Алдын айтылғандай, түгендеу ауыл шаруашылық ұйымдарында материалдық қорлардың сақталуын бақылаудың бір тәсілі ретінде қолданылады. Бірақ, түгендеу жүргізу барысында нәтижесінде бұл әдістің бақылау қызметін жоғалтатын, көптеген тәртіп бұзушылықтар мен қателіктер жіберіледі. Осы талаптарға сүйене отырып, біз материалдық қорларды түгендеудің ең төменгі қажетті кезеңділігін анықтадық (1 кесте).

Кесте 1. Ауыл шаруашылығы ұйымдары үшін материалдық қорлардың түгендеуін өткізудің ұсынылатын кезеңділігі

Қорлардың түрлері	Шот	Кезеңділік	Өткізу мерзімі
Шикізат, жем, тұқым және басқа да материалдар	1310	Жылына 1 рет	1 қазаннан ерте емес
Мұнай өнімдері	1310	Айына 1 рет	Есептілік алдында міндетті
Жас мал	1350	Тоқсанына 1рет-жылына 1 рет	Есептілік алдында міндетті
Бордақыдағы мал	1350	Жарты жылда 1 рет	Есептілік алдында міндетті
Аяқталмаған өндіріс	1340	Жылына 1 рет	1 қазаннан ерте емес
Қоймадағы дайын өнім	1320	Жылына 1 рет	1 қазаннан ерте емес
Тауарлар	1330	Жылына 1 рет	1 қазаннан ерте емес

Түгендеуге қойылатын бұл кезеңділік пен талаптардан келесідей қорытынды жасауға болады: жыл соңында жылдық есептілікті құрудың алдында өндірістік-шаруашылық қызметтің қалыпты ырғағы тек қана қорлардың ғана емес сонымен қатар басқа да мүліктер мен міндеттемелердің түгендеуін жүргізумен бұзылады.

Ауыл шаруашылығы ұйымдарында түгендеуді дұрыс жүргізгенде нақты осы факторлар анықтаушы маңызға ие, деп есептейміз. Бір жағынан қысқа уақыт аралығында (қазан-қараша) шаруашылықтарда барлық мүліктер мен міндеттемелердің түгендеуі дұрыс өткізілуі тиіс. Оған, әрине, қызметкерлер – түгендеу комиссиясының мүшелері, материалды-жауапты тұлғалар жұмылдырылуы тиіс, ал қорларды түгендеу кезінде арту, түсіру, таразыға тарту жұмыстары үшін қосымша жұмысшылар да тартылады. Екінші жағынан, жыл соңы бұл – барлық есепті кезеңге ұйым қызметінің қаржылық нәтижелері анықталатын қорытындылаушы кезең, сондықтан белгіленген жоспардан қандай-да бір ауытқулар немесе тұрып қалу кері әсерін тигізуі мүмкін. Сондықтан да, кейбір жағдайларда есептің дұрыстығы екінші кезекке қалып қояды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1.Абдушукуров Р.С., Мырзалиев Б.С. Теория и практика бухгалтерского учета. Учебное пособие: -Алматы: Нур-пресс, 2007г.
- 2.Назарова В.Л. Бухгалтерский учет хозяйствующих субъектов. Алматы, 2005г.
- 3.Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях . Учебное пособие. – Алматы, 2010г.

МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТ СТРАТЕГИЯСЫ

Маратов Р.К., Шәріп Ә.Қ., Нұрсеитова Ә.М.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Бекебаева М.О.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Сегодняшняя активно развивающаяся экономика диктует фирмам и организациям такие условия, в которых, чтобы не остаться за бортом прогресса и бизнеса, они вынуждены постоянно эволюционировать. Таким образом, чтобы соответствовать времени, его нормам и веяниям, предприниматели должны уметь заинтересовать потенциального клиента, привлечь его новым продуктом или услугой, удержать.

Summary: Today's actively developing economy dictates to firms and organizations such conditions in which, in order not to be left out of progress and business, they are forced to constantly evolve. Thus, in order to comply with the times, its norms and trends, entrepreneurs must be able to interest a potential client, attract him with a new product or service, and keep him.

Кіріспе және өзектілік.

Қазіргі уақытта маркетингтік қызмет табысты бизнесті құрудың немесе дамытудың ең тиімді құралдарының бірі болып табылады. Халықтың қажеттіліктеріне бір уақытта назар аудару және бәсекелестікте артықшылықтар алу маркетингтің стратегиялық тұжырымдамасы деп аталады.

Мақсаттары, міндеттері және ғылыми жаңалығы. Мақаланың мақсаты-маркетингтік қызметтің мәнін, әдістері мен артықшылықтарын қарастыру.

Мақаланың міндеттері-маркетингтік қызметтің мәнін, оның әдістерін, маркетингтік стратегиясын және оның нарық пен тұтынушыларға әсерін ашу.

Ғылыми жаңалық маркетингтік қызметті теориялық негіздеуден және стратегиялық маркетинг мүмкіндіктерін біріктіру негізінде табысты кәсіпорын құру және дамыту үшін маркетингтік стратегияны қалыптастыру процесінен тұрады.

Нарық күн сайын дамып келеді. Компаниялар бәсекеге қабілеттілік деңгейін ұстап, сатып алушылар үшін күресуі керек. Ол үшін өнімнің сапасын арттыру, ассортиментті ұлғайту және маркетингтің тиімді стратегияларын таңдау қажет.

Mis-бұл үздіксіз объект, ал маркетингтік жоспарлау-бұл арнайы жүйе.

Маркетингтік зерттеулерде ақпарат белгілі бір мақсатқа арналған, сондықтан ол қатаң емес; ISU-да ақпарат қатаң және құрылымды [1, 336-бет].

Маркетингтік зерттеулер келесілер үшін пайдалы:

1. Өндірушілер:

- нарықта өз өніміңіздің әлеуетін білуге көмектеседі;
- жаңа өнімдер мен түрлі брендтерді білуге көмектеседі;
- баға белгілеуді зерттеу және т. б.

2. Бизнес және үкімет. Маркетингтік зерттеулер бизнес пен Үкіметке олардың алдында тұрған күрделі мәселелерге назар аударуға көмектеседі [2, б.144].

Мысалы:

- ЖҰӨ анықтамасы;
- баға индекстері және жан басына шаққандағы табыс;
- шығыстар деңгейлері және бюджетті құру;
- ауылшаруашылық баға белгілеу;
- Үкіметтің экономикалық саясаты

3. Нарықты зерттеу агенттіктері. Маркетингтік зерттеулерді кәсіпқойлар маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін кеңінен қолданады. Ең танымал агенттіктер:

- Линта Үндістан Лтд;
- Британдық маркетингтік зерттеулер бюросы (BMRB) ;
- Хиндустан Томпсон Associate Ltd;
- eSurvesPro. com;
- МАРГ

4. Менеджерлер

Нарықты Стратегиялық жоспарлау және шешім қабылдау үшін маркетингтік зерттеулер мен әдістер қажет. Бұл фирмаға стратегияларды әзірлеу мен жүзеге асыруда қандай мүмкіндіктер мен шектеулер бар екенін анықтауға көмектеседі. Маркетингтік қызметті жоспарлаудың негізгі әдістерін қысқаша қарастырыңыз.

Маркетингтік қызметті жоспарлаудың стратегиялық әдістері:

1. Өзгертілген bkg матрицасы. ВКГ модификацияланған матрицасының негізінде екі критерий жатыр: бәсекелестік артықшылықтардың маңыздылығы және бәсекелестік артықшылықтардың саны . Матрицада барлық қызмет түрлері төрт топқа бөлінеді ,олардың әрқайсысы үшін өзіндік стратегия қабылданады, ол инвестициялардың кірістілігі – R және нарық үлесі-s арасындағы қатынастармен анықталады.

2. Arthur D. little (ADL) моделі кәсіпорындарды дамытудың стратегиялық бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді. ADL моделіне сәйкес кәсіпорындардың өмірлік циклі тұжырымдамасы кезеңдердің реттілігін қамтамасыз етеді : туу, өсу, жетілу, қартаю.

ADL матрицасы:

- табиғи даму аймағы;
- селективті даму аймағы (кәсіпорын стратегиялық басқару аймақтарын таңдауға мұқият және іріктеп қарауы керек);
- өміршеңдік аймағы (кәсіпорын дағдарыстан шығу үшін санация бағдарламасын жасай алады);
- шығу аймағы .

3. Ансофф Матрицасы. Белгілі менеджмент сарапшысы Игорь Ансофф компанияларға жаңа өнімдерді шығаруға, жаңа нарықтарға шығуға немесе осы опцияларды біріктіруге байланысты өсу жол картасын ұсынды . Бұл жол картасы төрт квадранттан тұратын матрица ретінде ұсынылды, мұнда өнімдер мен нарықтардың осьтері стратегиялардың анықтаушы факторлары болып табылады .

Нарыққа ену қолданыстағы өнімдер фирманың нарықтағы үлесін арттыру үшін сатылған кезде пайда болады. Бұл ең аз тәуекелді стратегия, өйткені фирмаға маркетингтік күш — жігерін арттыру және нарықтағы үлесін арттыру қажет. Менеджмент сарапшылары фирмаларда қолма-қол ақша мен басқа ресурстар жеткілікті болған кезде ғана әртараптандыруды ұсынады, өйткені фирмалар пайда тапқанға дейін өз бағытын сақтап қалу үшін терең қалталарға ие болуы керек.

Ансофф матрицасы осы дағдарыс кезеңдерінде жоғарыда қарастырылған әдістер арасында өте маңызды, өйткені оны жаңа нарықтарға шығуды немесе өз мүмкіндіктерін пайдалануды қалайтын кез келген фирма қолдана алады.

Маркетингтік қызмет менеджерлерге пайдалы ақпарат алудың әртүрлі маңызды әдістері мен принциптерін қамтиды. Олар деректердің уақтылығы мен маңыздылығына, мақсаттарды мұқият және нақты анықтаудың маңыздылығына және қабылданған шешімдерді қолдау үшін зерттеу жүргізуден аулақ болу қажеттілігіне қатысты.

Маркетингтік стратегия ұйымға бәсекелестерден артықшылық береді. Стратегия пайда табудың ең жақсы әлеуеті бар тауарлар мен қызметтерді дамытуға көмектеседі [3, 180-бет]. Маркетингтік стратегия ұйымдық өсуден зардап шеккен аймақтарды табуға көмектеседі және осылайша тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жоспар құруға көмектеседі.

Маркетингтік қызмет нарықтық стратегияны жоспарлау және шешім қабылдау үшін қажет. Бұл фирмаға жоспарды жүзеге асыруда қандай мүмкіндіктер мен шектеулер бар екенін анықтауға көмектеседі.

Қорытынды. Осылайша, қазіргі нарық үшін маркетингтік зерттеулердің әртүрлі түрлерін қолдану қажет екенін атап өткім келеді. Нарық туралы неғұрлым пайдалы ақпарат алынса, компания соғұрлым көп мүмкіндіктер ашады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Айан Брейс. Маркетинг / учебник. Изд. Баланс Бизнес, 2018 г.- 336 с.
2. Аренов И.А. Исследования «Бенчмаркинг и маркетинговые решения». Изд. СПбГУЭФ, 2020 г. - 144 с.
3. Балабанова Л. В. Стратегическое маркетинговое управление деятельностью предприятий : монография / Л. В. Балабанова, А.С. Панчук. - 2019. - 180 с.

ЖАҒАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ТІКЕЛЕЙ ШЕТЕЛДІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Махамбетов Бактияр Кайсарович
Орталық Азия Инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В условиях глобализации ПИИ способствуют становлению новой институциональной структуры рыночной экономики. Укрепляют зарождающиеся на рыночной основе хозяйственные связи между экономическими субъектами разных типов стран. В этом смысле ПИИ следует рассматривать, как действенный фактор институциональной трансформации в реальном секторе национальных экономик.

Summary: In the context of globalization, FDI contributes to the formation of a new institutional structure of the market economy. Economic ties between economic entities of different types of countries that are emerging on a market basis are strengthened. In this sense, FDI should be considered as an effective factor of institutional transformation in the real sector of national economies.

Тікелей шетелдік инвестициялар дамушы елдер мен дамушы нарық елдері үшін өте маңызды. Олардың компаниялары халықаралық сатылымдарын кеңейту үшін халықаралық қаржыландыру мен тәжірибені қажет етеді. Олардың елдері жұмыс орындары мен жалақыны арттыру үшін инфрақұрылымға, энергетикаға және сумен жабдықтауға жеке инвестицияларды қажет етеді. БҰҰ сонымен қатар климаттың өзгеруінің салдарымен күресу үшін тікелей шетелдік инвестицияларды пайдалануды ынталандырады.

Тікелей инвестициялар - бұл бір экономиканың резидент-инвесторлары басқа экономиканың резиденттері болып табылатын инвестициялау объектілерін басқаруға елеулі бақылау немесе ықпал ету мүмкіндігін алатын халықаралық инвестициялар санаты.

Экономикалық жүйенің қалыптасу кезеңінде инвестициялық саясат басым сипатқа ие болды. Шетелдік инвестицияларды тартуға бағдарлану негізгі бағытқа айналды, мұның өзі қолайлы инвестициялық ахуал туғызуды талап етті. Қазақстанда ел экономикасына қаржы ресурстарын тартуды жандандыру үшін институттық және нормативтік-құқықтық алғышарттар жасалды. 1997 жылы-ақ инвестициялар тартатын басым секторлар тізімі бекітілген болатын. Бұл өңдеу өнеркәсібі, жаңа елорданың нысандары, әлеуметтік сала мен туризм, ауыл шаруашылығы.

Қазіргі сәтте жан басына шаққандағы игерілген тікелей шетелдік инвестициялардың көлемі бойынша Қазақстан ТМД елдерінің арасында көшбасшы екендігі сөзсіз. Қазақстанға бірінші болып инвестициялық деңгейдегі кредит рейтингі берілген. Инвестициялық тартымдылықтың осындай жоғары көрсеткіші біз шетелдіктерге минералдық ресурстарды, соның ішінде мұнай-газ саласындағы ресурстарды игеруіне жол ашуымыз арқылы мүмкін болды. [2]

Қазақстан экономикасы мемлекеттік бюджет пен ірі кәсіпорындарды қаржылай қолдау үшін елеулі, ауқымды ресурстарға мұқтаж болды. Сыртқы байланыстарды өрістету бағыты және шетелдік инвестицияларды кең ауқымды тарту экспортқа бағдарланған салаларды көтеруге, шикізат өндіруді ұлғайтуға ғана емес, сонымен қатар бір мезгілде валюта қорын толықтыруға, теңгені нығайтуға, оның айырбастылығын күшейтуге мүмкіндік берді. Осылайша импорттық тауарлар үшін, шетелдік инвесторлар үшін қызықтырғыш ішкі рыноктың тартымдылығы артты, экономиканы тұрақтандыру үшін жағдайлар жасалды. Шетелдік инвесторлар мен біздің мемлекеттің мүдделерін ұштастыру оңай міндет емес. Негізінен олар өнеркәсіптің барынша тартымды салалары бойынша үйлеседі. Мақсатты шаралардың нәтижесінде шетелдік күрделі қаржыны тарту жөнінде қолайлы ахуал қалыптастыру мүмкін болды.

Көптеген дамушы елдерге экономикалық өсуге немесе экономиканы қалпына келтіруге көмектесу үшін ТШИ қажет. Халықаралық сауда келісімдері ТШИ ағынын арттыруға жол ашты. ТШИ елдерге келесідей пайда әкелді:

- дамушы нарықтардағы өмір сүру деңгейін арттыру;

- бәсекеге қабілетті жаһандық капиталды бөлу;

- актив көпіршіктерінен туындаған нарықтық құбылмалылықтың төмендеуі.

Бірақ ТШИ кемшілікке айналуы мүмкін:

- салыстырмалы артықшылықтардың стратегиялық салаларына шетелдік инвестициялар қысқаруда;

- бұл бизнесті бағалайды немесе ешқандай құндылық әкелмейді.

Экономиканың өсіп келе жатқан жаһандануы жағдайында тікелей шетелдік инвестицияларды тарту мүмкіндігі артып келеді. Шетелдегі Инвестициялар қаржылық тұрғыдан өте тиімді болуы мүмкін, бірақ сонымен бірге мұндай инвестициялар үлкен тәуекелге ие.

Тікелей шетелдік инвестициялардың (ТШИ) жалпы ағыны 13,3 млрд АҚШ долларын құрады, бұл 2022 жылғы ұқсас кезеңнің көрсеткішінен 4%-ке немесе 546 млн АҚШ долларына төмен.

Шетелдік инвестициялар көлемінің едәуір төмендеуі металлургия өнеркәсібінде - 2,5 млрд-тан 1,8 млрд долларға дейін, сондай-ақ инвестиция көлемі 4,8 млрд-тан 4,3 млрд долларға дейін төмендеген шикі мұнай мен табиғи газ өндірісінде орын алды. Сондай-ақ, құрылыс саласындағы ТШИ 461 млн доллардан 190 млн долларға дейін, қаржы-сақтандыру қызметінде - 700 млн-нан 490 млн долларға дейін төмендегенін атап өтеміз.

Инвестициялар көлемінің жалпы төмендеуі ТШИ-дың тамақ өнеркәсібінде 100 млн-нан 350 млн долларға дейін, жылжымайтын мүлікпен жасалатын операцияларда - 61,6 млн-нан 234 млн долларға дейін, IT және ақпараттық қызметтер саласында - 40 млн-нан 150 млн долларға дейін, электрмен жабдықтау және газ беруде - 53 млн-нан 140 млн долларға дейін өсуі есебінен ішінара өтелді.[2]

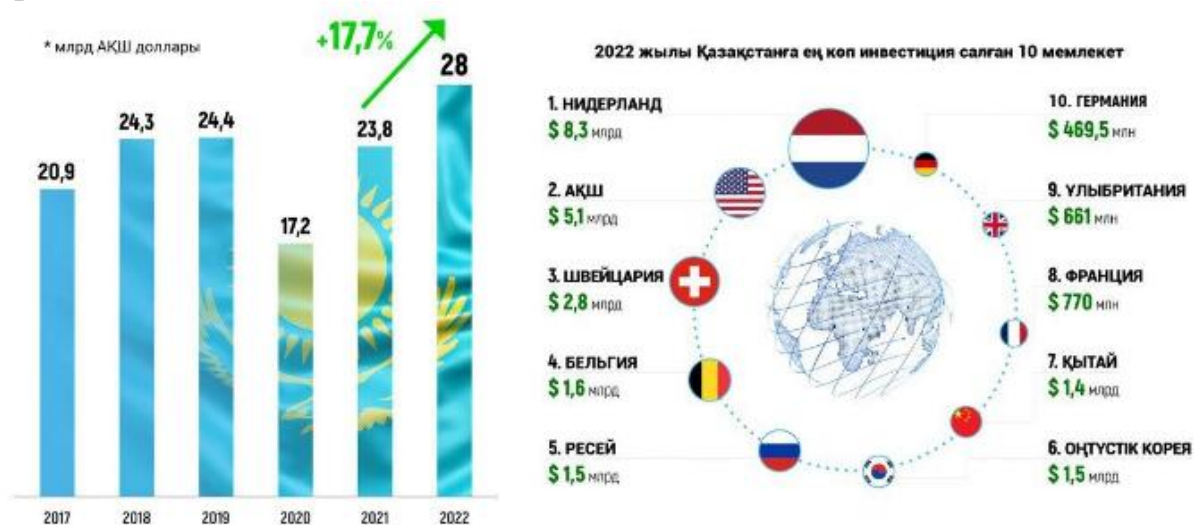
ТШИ салалық құрылымы тұтастай алғанда айтарлықтай өзгерістерге ұшыраған жоқ. Инвестициялардың негізгі көлемі әлі де болса ТМК-ға - 42%

(5,6 млрд доллар), өңдеу өнеркәсібінде - 22% (2,9 млрд доллар) және көтерме-бөлшек саудада – 19% (2,5 млрд доллар) шоғырланған.

Елдік бөліністе АҚШ инвестицияларының үлесі 23%-тен 14%-ке дейін айтарлықтай төмендеді, ал АҚШ инвестицияларының көлемі 3,2 млрд-тан 1,9 млрд долларға дейін түсті; Бельгияның үлесі 8%-тен 4%-ке дейін төмендеді, бұл елден инвестиция көлемі 1,2 млрд доллардан 600 млн долларға дейін түсті; Нидерландының үлесі 24%-тен 22%-ке дейін төмендеп, инвестиция көлемі 3,4 млрд-тан 3 млрд долларға дейін құлады.

Қазақстан өңірлері бөлінісінде инвестициялардың үлкен көлемі Алматы қаласына тартылды - 4,1 млрд. АҚШ доллары, оның алдында көшбасшылық позицияда Атырау облысы орналасқан еді. Қазақстанның ірі қаласында инвестициялар көтерме және бөлшек саудада - 2,3 млрд доллар, сондай-ақ көлік және қоймалауда, қаржылық-сақтандыру қызметінде шоғырланған. Атырау облысы 3,5 млрд АҚШ доллар инвестиция тартты, мұнда инвестициялардың барлық көлемі ТМК саласына тиесілі. Кейін ШҚО (1,4 млрд доллар) және Астана қаласы (800 млн доллар) орналасқан. Тікелей шетелдік инвестициялардың ең аз көлемі жаңа облыстарда - Абай (-44 млн доллар), Ұлытау (4,5 млн доллар) және Жетісу (10,5 млн доллар), сондай-ақ Шымкент қаласында (32,1 млн доллар).

Қазақстанға тікелей шетелдік инвестициялардың ағыны соңғы 10 жылда рекордтық мәнге жетті



Сурет 1 - Қазақстанға салынған жалпы тікелей шетелдік инвестициялар

2022 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанға тікелей шетелдік инвестициялардың жалпы ағыны 28 млрд АҚШ долларын құрады, бұл 2021 жылдан 17,7%-ға артық (23,8 млрд доллар). Бұл көрсеткіш соңғы 10 жылда рекордтық сандарға жетті (2012 жылы - 28,9 млрд доллар).

Салалық бөлінісінде инвестициялардың ағыны тау-кен өндіру өнеркәсібіне - 12,1 млрд доллар (25%-ға өсу), өңдеу өнеркәсібіне - 5,6 млрд доллар (+2,7%), көтерме және бөлшек саудаға - 5,1 млрд доллар (+36%), кәсіби,

ғылыми және техникалық қызметі - 1,2 млрд доллар (2,2 есе), көлік және қоймалау - 1,2 млрд доллар (+13,5%) көлемінде тиесілі.

Өңірлік бөліністе инвестициялардың көбісі Атырау облысына - 8,3 млрд доллар (өсім 48,3%), Алматы қаласына -7,6 млрд доллар (+10,9%), Астана қаласына - 2,2 млрд доллар (+107,2%), Шығыс Қазақстан облысына - 2,2 млрд доллар (+3,1%), Ақтөбе облысына - 1,2 млрд доллар (11,2%-ға төмендеу) келеді.

Қазақстан 2023 жылы 24 млрд доллардан астам шетелдік инвестиция тартуға ниетті. 2023 жылы экономикаға кемінде \$24,4 млрд шетелдік инвестиция тарту міндеті тұр, ол үшін Үкімет тарапынан барлық қажетті жағдайлар жасалған.

Тәуелсіздік жылдары Қазақстанға тікелей шетелдік инвестициялардың жалпы сомасына келетін болсақ, бұл көрсеткіш 400 млрд доллардан асады. Бұл ретте, UNCTAD деректері бойынша инвестициялар үшін жаһандық бәсекелестікке қарамастан, Орталық Азия өңірінің инвестициялары мен мәлімделген "greenfield" жобаларының жартысына жуығы Қазақстанның үлесіне (46%) тиесілі, бұл елдің тұрақты өңірлік көшбасшылығын растайды. Теңізге шыға алмайтын әлемнің 32 дамушы елі бөлінісінде Қазақстан 2-ші орынға ие болды. Одан кейін Моңғолия, Өзбекстан және Түрікменстан.

Бүгінгі таңда Қазақстан-инвестицияларды тиімді салу үшін жаңа мүмкіндіктер мен орасан зор әлеует. Біздің республика стратегиялық маңызды орынға ие, бизнесті жүргізу, инвесторлардың құқықтарын қорғау және инвестициялық ынталандырулар үшін қолайлы ортаға ие.

Қазақстан табиғи инвестициялық артықшылықтарға ие: транзиттік және логистикалық әлеует, бай ресурстық база, халықаралық сауда және инвестициялық келісімдер, сондай-ақ негізгі әлемдік нарықтарға қол жеткізу. Біздің еліміз әртүрлі салалардағы көшбасшы әлеуеті тұрғысынан бірегей. Сонымен қатар, тәуелсіздік жылдарында еліміз шынымен тартымды инвестициялық ахуал жасау бойынша айтарлықтай жұмыс атқарды.

Бүгінгі таңда мемлекеттің қызметі инвесторлар үшін тәуекелді төмендетуге, мемлекеттік саясаттың ашықтығы мен болжамдылығын арттыруға шоғырланған. Инвестор үшін ірі нарықтардың жақындығы, білікті кадрлардың болуы, инфрақұрылымның мүмкіндіктері және логистиканың ыңғайлылығы сияқты факторлар алдыңғы қатарға шығады. Әлеуетті инвесторлар үшін маңызды сигнал Әкімшілік процедуралар үшін цифрлық қызметтердің болуы, мысалы, "бір терезе" онлайн тетіктері арқылы болады. Инвестициялық ахуал және оның компоненттері - бизнесті реттеу, салық саясаты, валюталық реттеу және басқалары - ең төменгі қажетті орта болып табылады.

Бүгінгі таңда Қазақстан шетелдік инвестициялардың тұрақты ағынын қамтамасыз етеді және жаңа құралдарды, шаралар мен қолдау тетіктерін тұрақты енгізе отырып, инвесторлар алдында алған міндеттемелерін орындайды. Мемлекет қабылдаған барлық шаралардың арқасында көлем жыл сайын біздің экономикамызға келетін сыртқы инвестициялар ағыны артып келеді. Бүгінгі таңда біздің алдымызда инвестициялар ағынының белгіленген динамикасын сақтап қана қоймай, олардың сапасын арттыру міндеті тұр.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Жаһанадану кезіндегі мемлекет пен құқықтың өзекті мәселелері: халықаралық ғылыми конференция материалдары. Алматы, 2013 234-238 бет К.Б.Альханов
2. Қазақстан Республикасындағы инвестициялық қызмет. Статистикалық жинақ // ҚР статистика жөніндегі агенттігі. – Алматы, 2022 ж.

УДК 338.48 (574)

ОЦЕНКА И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Мацукова Дарья, студентка 2 курса ОП 6В04103 - «Экономика», группы ИЭФ – 22-1р,
Тентиев Диас студент 3 курса ОП 6В04102 – «Финансы», группы ИЭФ – 21-3к
Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Абдурахманова З.А.
Университет им. Ж.А. Ташенев Республика, Республика Казахстан, г. Шымкент,

Түйін: Жұмыста экономиканың жетекші секторы болып табылатын және Қазақстан экономикасын дамыту үшін әлеуетті негіз болып табылатын Қазақстан Республикасында шағын және орта бизнесті дамыту мәселелері қаралады.

Summary: The paper deals with the development of small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan, which is the leading sector of the economy and represents a potential basis for the development of the economy of Kazakhstan.

Предпринимательство — особый тип экономического мышления, характеризующийся совокупностью оригинальных взглядов и подходов к принятию решений. Центральное место здесь принадлежит личности предпринимателя. Это — особый склад ума, воля к победе, желание борьбы, творческий характер его труда.

Актуальностью изучения основ предпринимательства в современном обществе одной из актуальных задач развития является переход к новым образовательным ориентирам и технологиям, инновационной политике в образовании. Инновации связаны с информатизацией жизни общества и образовательного пространства, новыми подходами к процессу обучения, социальным партнерством, компетентностным и личностно-ориентированным подходами, государственно-общественным управлением в образовании.

Необходимость изменений в образовании диктует сама жизнь, которая полна неопределенности и постоянно возникающих новых проблем или возможностей. Знания, которые сейчас получают студенты, как показывает статистика, устаревают в течение 5-7 лет, постоянно появляются новые знания и технологии [1].

На современном этапе развития экономики государство уделяет особое внимание развитию малого и среднего бизнеса, предпринимательству. Это позволяет организовать дополнительные рабочие места, способствует созданию инновационных предприятий в сфере промышленности и науки, а также формирует благоприятные условия для раскрытия возможностей каждого.

В этой связи очень важно, с одной стороны, предоставить возможность максимально развиваться студентам, которые хотят заниматься предпринимательством в будущем, а с другой - сформировать у всех студентов общие предпринимательские навыки, которые будут востребованы в любой другой сфере деятельности. Таким образом, высшее образование должно положить начало формированию предпринимательских компетенций. Особую ценность при этом представляют:

- самостоятельность;
- умение принимать решения;
- личная и групповая ответственность;
- коммуникабельность;
- умение действовать в команде, идти на обоснованный риск;
- инициативность;
- умение работать с информацией;
- стремление к повышению уровня образования и самообразования [2]

Помимо экономической компетентности, от личности требуются такие качества, как культура и дисциплина труда, определяющие трудовую этику. Таким образом, системные знания наряду с правовыми и этическими, а также навыки совместной деятельности являются тем фундаментом, на котором должно строиться современное экономическое образование молодежи, в том числе и студентов по предпринимательству.

Развитие малого и среднего бизнеса основа экономики любой страны. Без развитого малого и среднего предпринимательства сложно говорить о стабильности макроэкономической ситуации государств. Вследствие этого, еще на заре независимости малый и средний бизнес был определен в Казахстане как важнейший сектор экономики. Всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса всегда была приоритетом государственной политики. Так в 2014-2015 годах на развитие малого и среднего бизнеса уже выделен 1 триллион тенге.

В республике предприняты практические шаги по обеспечению необходимых организационных, экономических и правовых условий развития и функционирования малых предприятий.

Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60-70% ВВП.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость. Существенный вклад вносит малый бизнес в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение. Нельзя также забывать, что малые предприятия оказывают меньше воздействия и на экологическую обстановку [3].

Немаловажна роль малого бизнеса в осуществлении прорыва по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики. В нашей стране эту роль трудно переоценить,

имея ввиду, развернувшийся процесс конверсии. Все эти и многие другие свойства малого бизнеса делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики Казахстана.

Программа «Дорожная карта бизнеса-2020» является важным инструментом реализации политики развития предпринимательства в стране и дает много возможностей малым и средним предприятиям, которые представляют собой потенциальную основу для развития экономики Казахстана. Малые и средние предприятия в значительной степени способствуют добросовестной конкуренции. И очень важно, чтобы предприниматели знали о предоставляемых государством инструментах поддержки, так как на сегодняшний день развитие бизнеса в стране и его утверждение в экономике играет огромную роль и для страны и для предпринимателя.

В рамках программы «Дорожная карта бизнеса-2020» Фонд предоставляет кредит для начинающих предпринимателей в размере до 20 млн. тенге, для действующих предпринимателей – до 180 млн. тенге по проектам малого бизнеса на конкурсной основе. В современных условиях механизм обеспечения эффективного функционирования малого и среднего бизнеса должен сводиться, прежде всего, к усилению государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Для этого, в первую очередь, необходимо:

- формирование концепции, выбор приоритетов и обоснование роли малого бизнеса в экономике;
- разработка государственной политики поддержки и развития малого и среднего бизнеса в экономике;
- совершенствование нормативно-правовой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства;
- совершенствование законодательства в сфере инвестиций и формирование благоприятного инвестиционного климата в стране;
- совершенствование налогообложения малых и средних предприятий;
- развитие кредитно-финансовых механизмов и внедрение новых финансовых технологий, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства;
- активизация прямого и косвенного участия государства в финансировании развития малого и среднего бизнеса.

Несмотря на предпринимаемые правительством республики и департаментом по поддержке малого бизнеса меры, в этом секторе экономики все еще много проблем, требующих ускоренного решения.

Хотя Программы государственной поддержки и развития малого бизнеса ориентированы на развитие главным образом производственной деятельности, на практике по уровню товарооборота и по количеству рабочих мест на первом месте находятся коммерция и посредническая деятельность, на втором прочие услуги, на третьем и четвертом местах - производство и строительство. Наибольший прирост по количеству зарегистрированных малых организаций традиционно приходится в г. Алматы и Астана [4].

Ныне в республике насчитывается около 600 тысяч малых предприятий, из них только около 59% функционируют. Причем если количество фирм малого бизнеса, занимающихся коммерцией, растёт, то число предприятий производственного характера сокращается.

Из зарегистрированных предприятий малого бизнеса около 12% предприятий промышленного профиля, 30% сельскохозяйственного, 26% коммерческого, 9% строительного и остальные 23% приходятся на посреднические и оказывающие другие услуги фирмы.

Главная проблема развития малого бизнеса в РК это действенная и эффективная финансовая поддержка. Имеется в виду получение инвестиционных кредитов предпринимателями: из банковской системы республики; из Фонда развития малого предпринимательства; из открытых кредитных линий Европейского банка реконструкции и развития; Центрально-Азиатского и Американского фондов поддержки предпринимательства. Хотя источники поддержки малого бизнеса определены, использование их требует совершенства механизма инвестирования.

Во-первых, их строгое целевое использование; во-вторых, пересмотр и дифференциация процентных ставок банков в зависимости от видов деятельности и географии размещения объектов малого бизнеса.

К этому еще нужно добавить, что местные банки второго уровня не располагают достаточными кредитными ресурсами для кредитования долгосрочных инвестиционных проектов. Ныне у предприятий малого бизнеса 80-90 % кредитов являются краткосрочными и используются на пополнение оборотных средств или на коммерческие операции, либо того и другого [2].

Одним из наиболее действенных методов стимулирования развития малого бизнеса является налоговая система. Для поддержки и развития малого бизнеса необходимо отказаться от чисто фискального подхода к этому сектору экономики. Ныне в республике по экспертным оценкам прямые и косвенные налоги составляют 50-70% доходов предпринимателей, что побуждает предприятия уклоняться от уплаты налогов, задерживать возвращение кредитов. Поскольку у государства нет возможностей для прямой финансовой поддержки предпринимательства, необходимо установление дифференцированных ставок отчислений в государственный бюджет и предоставление льгот и отсрочек. В целях пополнения потребительского рынка на наш взгляд следует пересмотреть ставки налога в сторону их уменьшения для производственных малых предприятий и увеличения для коммерческих и посреднических предприятий. В развитых странах налоги на прибыль предпринимателя, занятого производственной деятельностью, составляют 20-30% от его прибыли, а у тех, кто занимается коммерческой или посреднической деятельностью, достигают 90-95% (США). Именно производственная предпринимательская деятельность приводит к более глубоким изменениям в экономике и способствует преодолению экономической нестабильности.

Важным фактором развития малого бизнеса является информационная среда предпринимательства. Информация при становлении "информационного

общества” в сочетании с капиталом, трудом, землей и предпринимательскими способностями превращается в мощный фактор ускорения экономического роста.

Поэтому для обеспечения информационно-методической и консультационной помощи малым предприятиям необходимо создавать по опыту зарубежных стран центры развития малого бизнеса, бизнес-инкубаторы, технопарки. Укреплять и развивать связи малых предприятий через систему бирж, торговых ярмарок, банков и инновационных компаний. [5].

Список использованной литературы:

1. Об утверждении Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан до 2030 года № Постановление Правительства РК от 27 апреля 2022 года № 250.

2. Филимонова Н.М., Моргунова Н.В. «Экономика, организация развития малого и среднего бизнеса», НИЦ ИНФРФ-М, учебное пособие, 2022г.

3. Предпринимательское право Казахстана: итоги, тенденции и пути развития: монография / Е.Г. Афанасьева, А.В. Белицкая, В.А. Вайпан и др.; отв. ред. Е.П. Губин. М.: Юстицинформ, 2022.

4. Харченко А.А. Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в РК // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2022. – № 2 (13).

5. Мокроносова А.Д. Проблемы развития малого бизнеса в России и его государственная поддержка // Вектор экономики : [электрон. науч. журн.]. – 2022. – № 9 (51).

ӘОЖ 651

ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПОРЫНДАРҒА АРНАЛҒАН БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН СЕРТИФИКАТТАУ

Мәлік Ғ.Р., Хамракулова С.Ф., Қадырәлі Ә.О.

Ғылыми жетекші: магистр, оқытушы Байкенжеева Д.Б.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье описывается концепция и опыт сертификации системы управления для предприятий малого и среднего бизнеса.

Summary: The article describes the concept and experience of certification of a management system for small and medium businesses.

Кәсіпкерлер көбінесе өз фирмаларынан тыс сәтсіздіктердің себептерін іздеуге бейім болса да – салық заңнамасы, шенеуніктер, бәсекелестер, жеткізушілер, ауа – райы-табысты кәсіпкер табыстың фирма ішінде қаланғанын және оның тағдырын анықтайтын ішкі факторлар екенін растайды. Егер фирма жақсы өнім шығарса, егер оның иесі маркетингтік стратегияны дұрыс тандаса, онда оны дұрыс басқару жүйесі мен дұрыс қаржылық жоспарлаудың болмауы ғана бұзуы мүмкін. Американдық басқару кеңесшілері мен wise халықаралық кәсіпкерлер қауымдастығының мүшелері жүргізген зерттеулер шағын және орта бизнестің өмір сүруі мен табысты дамуы үшін ең маңызды бес бағытты анықтады.

Бұл:

1. Кәсіпорынның құрылымы (онда барлық қажетті функциялар көрсетілген бе), олардың арасындағы адамдар мен міндеттерді дұрыс бөлу және кәсіпорындағы ағындарды дұрыс ұйымдастыру.

2. Кәсіпорындағы байланыс жүйесі.

3. Қызметкерлерді оқыту жүйесі.

4. Объективті сандық көрсеткіштер негізінде басқару.

5. Қаржылық жоспарлау.

Мәселелердің бірінші тобын американдық зерттеуші Рон Хаббард алғаш сипаттаған кәсіпорынның ұйымдастырушылық схемасы (оргс схемасы) шешуге мүмкіндік береді [1].

Бұл оның өндірістік циклін көрсететін кәсіпорын құрылымы. Оргсхема жеті құрылымдық бөлімшеден (бөлімшелерден) тұрады. Олар келесі негізгі функцияларға жауап береді:

7-бөлім: мақсаттар, миссия, жалпы стратегия, компания саясаты, құқықтық мәселелер, бағалау, болжау және жалпы компанияны басқару.

1-бөлім: персоналды жалдау, лауазымдық міндеттерді оқыту, персоналдың барлық қозғалысы, ұйымдағы барлық байланыс желілерін құру және қолдау, персонал этикасы, күзет.

2-бөлім: маркетинг, Жарияланымдар, сату, клиенттік базаны жүргізу.

3-бөлім: бухгалтерлік есеп, борышкерлерден қаражат жинау, компанияның қаржылық саясатының сақталуын бақылау.

4-бөлім: өндіріс.

5-бөлім: сапаны бақылау, ұйым мен оның өнімін түзету, персоналды жетілдіру.

6-бөлім: нарықты кеңейту, жаңа клиенттерді тарту, жаңа нүктелер ашу, қоғаммен байланыс.

Әр бөлім үш бөлімнен тұрады. Әр бөлім мен бөлімнің (сондай-ақ әр лауазымның) функциялары мен өндірілген өнімі нақты жазылған. Схема ұйым арқылы өткен сайын өзгертін бөлшектер ағыны идеясына бағынады. Аралық кезеңдерде ішкі өнімдер алынады, олардан ұйымның құнды соңғы өнімі (ССР) шығады. Бүкіл оргсхема ЦКП-ны қажетті көлемде және қажетті сапада алуға бағытталған және оңтайландырылған.

Байланыс жүйесі қызметкерлерге бір-бірін алаңдатпай немесе бір-бірінің жұмысына кедергі келтірмей ақпарат алмасуды жеңілдетеді. Зерттеулер көрсеткендей, іскерлік байланыстың 90%-дан астамы мәселелерді шешу жылдамдығына нұқсан келтірместен жазбаша болуы мүмкін. Бұл жағдайда қосымша артықшылықтар пайда болады. Жоғарыда айтылғандардан басқа, бақылау бірнеше есе артады және орындалмаған бұйрықтар мен жоғалған деректердің пайызы төмендейді. Бұл жүйеде бағыныштыдан бастыққа байланыс мүмкін емес, мұнда бағынушы бастыққа жай ғана проблема береді. Бұл қызметкерлерді өз саласы үшін жауапкершілікті алуға және проблемалардың орнына шешімдер ұсынуға мәжбүр етеді.

Қызметкерлерді оқыту жолға қойылған фирмалар ғана табысты дамуда. Ең алдымен-олардың лауазымдық міндеттері мен өндірістік дағдылары (менеджерлер үшін бұл басқару дағдылары). Содан кейін-олардың фирмасы жұмыс істейтін жалпы ұйымдастырушылық принциптер. Әрбір қызметкер үшін оны оқыту және жетілдіру бойынша жеке бағдарлама жасалады және қызметкерлердің олардың бағдарламалары бойынша қозғалысы қатаң бақыланады. Әрине, бағдарламалар қызметкерлермен келісіледі. Хаббард қысқа мерзімде материалды жүз пайыз игеруге және біліктіліктің төмендігіне байланысты жұмыс орындарындағы қателіктерді іс жүзінде жоюға мүмкіндік беретін оқыту технологиясын жасады. Оқыту технологиясы оқытудағы кедергілер туралы – олардың табиғаты және оларды жою жолдары туралы жаңалықтарға негізделген.

Егер қызметкер, бөлімше немесе ұйым шығаратын өнім белгілі болса және дәл тұжырымдалған болса (және бұл оргс схемасы енгізілген болса), онда оны өлшеуге болады. Бұл басқару жүйесіндегі сандық көрсеткіштер (өлшеу деректері) "статистиктер"деп аталады. Статистика апта сайын өлшенеді және графиктерге жазылады. Статистика мысалдары: жалпы табыс, жіберілген хаттар саны, жарнамаға жауаптар саны, жаңа клиенттер саны, жөнелтілген тауардың құны және т. б. Бөлімшелердің негізгі статистикасы "ұйымның ақпараттық орталығы" (ICO) деп аталатын арнайы стендке ілінеді. Басшыға арналған ICO-ұшқышқа арналған бақылау тақтасы сияқты. Статистика кестелеріне сәйкес, менеджер ұйымның әртүрлі бөліктерінде қандай процестер болып жатқанын көре алады, ықтимал проблемаларды алыс жолдарда анықтай алады және олар пайда болғанға дейін олармен күреседі.

Статистиканы пайдаланудың қосымша артықшылықтары:

Өлшеуге және марапаттауға болатын нәрсе орындалады.

Жағдайдың жақсарғанын, өзгеріссіз қалғанын немесе нашарлағанын көре аласыз.

Сіз кез-келген әрекеттің сәтті немесе сәтсіз екенін анықтай аласыз.

Сіз өзіңіздің ұйымыңыздың стратегиясын сандық көрсеткіштерге сүйене отырып анықтай аласыз [2].

Сандық көрсеткіштерге (статистикаға) негізделген басқару қауесеттерге, алдын ала ескертулерге, түйсікке немесе жеке ұнатпауға негізделген басқарудан гөрі жақсы және қауіпсіз.

Статистика сізге фактілерді және тек фактілерді береді.

Сіз қызметкерлерге олардың жұмысы қалай өлшенетінін және қандай жағдайда олар сыйлықақы алатынын нақты айта аласыз.

Статистиктер сіздің қызметіңіздің қай салаларын түзету қажет екенін және қайсысын көтермелеу керектігін көрсетеді.

Статистиктер жұмыс тиімділігін бағалауды жүргізу үшін негізгі деректерді ұсынады.

Егер сіз қандай да бір жұмысты өлшей алмасаңыз, ол сізге өнім бермеуі мүмкін.

Біздің бағалауымыз бойынша, банкроттық пен қаржылық апаттардың көпшілігі дұрыс қаржылық жоспарлаудың болмауынан болады. Хаббард төлем қабілетсіздігі, ысырапшылдық және басқа да қаржылық күйзелістер сияқты нәрселерден аулақ болатын қарапайым қаржылық бақылау жүйесін жасады. Бұл ретте ұйым нақты тапқан қаражатпен өмір сүреді. Жүйенің апталық циклдік сипаты бар, яғни қаржылық жоспарлаудың барлық әрекеттері апта сайын қайталанады. Алдымен ұйымның шоттарының жай-күйі талданады, ұйымның кімге және қанша қарыз екендігі, оған кім қарыз екендігі тексеріледі, содан кейін алдағы аптаның кірісі және осы кірісті алу бойынша іс-шаралар жоспарланады. Содан кейін ұйымның соңғы аптада тапқан сомасына сүйене отырып, алдағы аптаға шығындар жоспарланады. Апталық табыстың белгілі бір белгіленген пайызы жарнамаға, белгілі бір пайызға (міндетті!)- резервтік шотқа. Компаниядағы қаржылық жоспарлауды бөлімше бастықтарынан тұратын қаржылық жоспарлау комитеті жүргізеді. Дайын жоспарды бас директор мен оның орынбасарларынан тұратын Атқарушы кеңес бекітеді. Қаржы директоры қаржылық жоспарлаудың дұрыстығын бақылайды. Ол тікелей құрылтайшыға есеп береді және оргсхемада жетінші бөлімде орналасқан.

Жоғарыда сипатталған басқару жүйесі кез-келген профильдегі және кез-келген көлемдегі бизнес үшін қолданылады. Ол егжей-тегжейлі және стандартталған. Осы басқару жүйесін пайдаланатын 100-ден астам елден келген мыңдаған кәсіпкерлер WISE халықаралық қауымдастығына біріктірілген. Қауымдастық 1979 жылы құрылды, оның штаб-пәтері Лос-Анджелесте орналасқан. Әрбір wise мүшесіне жоғарыда аталған негіздерді енгізу жөніндегі бағдарламаларды қамтитын материалдар беріледі. Wise халықаралық кеңсесі негіздері бар және басқару жүйесі сипатталған стандарттарға сәйкес келетіндерді сертификаттайды. "Әкімшілік ноу-нау моделі" халықаралық сертификатын алу үшін міндетті талап жыл бойына негізгі өндірістік көрсеткіштердің тұрақты өсуі және компанияның төлем қабілеттілігі болып табылады (яғни, меншікті ақша қарыздан көп болуы керек).

Жыл сайын Ресей мен ТМД елдерінен 100-ден астам компания "әкімшілік ноу-хау моделі" халықаралық сертификатын алады.

Кәсіпорынды басқару жүйесін сертификаттау бағдарламаға қатысатын кәсіпорындардың тұрақты өсуіне ықпал етеді, сонымен қатар франчайзингтің керемет құралы болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Высоцкий А.А. Оргсхема: как разработать структуру компании. Киев: Высоцкий Консалтинг. - 244 с.
2. Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основы менеджмента. Пер. с англ.-М.: Дело, 2015.-800с

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Мұқанова Арайлым Уалиханқызы
Орталық Азия Инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье дана оценка состояния агропромышленного комплекса страны, выявлены основные проблемы и перспективы роста объемов сельскохозяйственного производства, показана значимость процессов диверсификации для устойчивого развития аграрного сектора в условиях дестабилизации мировой экономики.

Summary: The article assesses the state of the agro-industrial complex of the country, identifies the main problems and prospects for the growth of agricultural production, shows the importance of diversification processes for the sustainable development of the agricultural sector in the conditions of destabilization of the world economy.

Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешені ел экономикасы саласының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. АӨК қоғам үшін өмірлік маңызды өнім шығарады. Мемлекеттің экономикалық жағдайы, азық-түлік қауіпсіздігі және соның салдарынан қоғамның әлеуметтік-экономикалық жағдайы аграрлық саланың дамуына байланысты [1].

Ауыл шаруашылығы тек Агроөнеркәсіптік кешенде ғана емес, еліміздің бүкіл экономикасында ерекше орын алады.

Жаһандану мен экономикалық интеграцияның, бәсекелестіктің күшеюінің, сатып алу сұранысының тұрақсыздығының қазіргі жағдайында Қазақстандық агроөнеркәсіптік кешен ұйымдары қаржылық-экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету және коммерциялық тәуекелдерді төмендету үшін нарықтың басқа қатысушыларымен өзара іс-қимылдың заманауи даму стратегиялары мен модельдерін пайдалануы қажет.

Мұның бәрі өндірісті әртараптандыру стратегиясының басымдығы негізінде басқаруды жетілдіруді талап етеді, өйткені әртараптандыру процесі жаңа типтегі жүйелік техника мен технологияны, еңбек пен өндірісті жаңа ұйымдастыруды қолдануды анықтайтын инновациялық болып табылады.

Әртараптандыру негізінде АӨК ұйымдарының экономикалық тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру әр түрлі деңгейдегі қызмет бейінінің ішінара өзгеруін қоса алғанда, сыртқы ортаның өзгерістеріне бейімделудің неғұрлым қолданылатын және тиімді құралдарының бірі болып табылады. Өндірісті әртараптандыруды дамыту агроөнеркәсіптік кешен экономикасының болашақ жағдайына бағытталған өзгерістерді болжауды және бизнес-модельдерді құруды талап етеді.

АӨК ұйымдарының экономикалық тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған негізгі басқару бағыттарының бірі инновациялық дамуды іске асыру жөніндегі шаралар мен технологиялар кешені ретінде әртараптандыру стратегиясын әзірлеу және іске асыру мүмкіндігі болып

табылады. "Әртараптандыру" ұғымы кең мағынада үлкен пайда алу немесе тәуекелдерді азайту мақсатында қызмет салаларын кеңейтуді білдіреді.

Әртараптандыру-маңызды инвестициялық тұжырымдама. Бұл көбінесе кірісті төмендетпестен инвестициялық портфельдің тәуекелін азайтады. Ел экономикасының құрылымын жетілдірудің екі негізгі тәсілі, әртараптандырудың екі жолы бар. Біріншісі (көлденең шаралар) барлық экономикалық агенттердің жұмыс істеуі үшін тұрақты институттар құруды, қолайлы инвестициялық ахуалды қалыптастыруды, мемлекеттің экономикаға араласуын қысқартуды, нарықтардағы бәсекелестікті қолдауды және ынталандыруды көздейді. Екінші (тік шаралар) - ынталандыру негізінде экономика құрылымын өзгерту және оны жетілдіру бойынша белсенді мемлекеттік саясатты жүргізу, оның ішінде қаржы, жекелеген салалар мен кәсіпорындар.

Қазақстанның стратегиялық даму мақсаттарын шешу тек серпінді және орнықты экономикалық өсу, экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру негізінде ғана мүмкін болады.

Аграрлық сектор кәсіпорындарында әртараптандыруды жүзеге асыру кезінде ескеру қажет ерекшеліктерге мыналар жатады:

- жұмыс кезеңінің өндірістік кезеңмен сәйкес келмеуі, яғни маусымдық, бұл көбінесе еңбек ресурстарын пайдалану проблемаларына әкеледі;

- барлық биологиялық процестер және олардың тұтастай алғанда кәсіпорынның экономикалық тиімділігіне әсері ескерілмейді;

- жер өндіріс құралы ретінде әрекет етеді және оны жиі тиімсіз және ұтымсыз пайдаланады;

- ауыл шаруашылығымен тікелей байланысты емес аграрлық сала мен түрлі тауарлардың жергілікті тұрғындары үшін қажеттілік, осыған байланысты қосымша цехтар мен өндірістер пайда болуы мүмкін;

- елдің басқа аймақтарында немесе одан тыс жерлерде орналасқан кәсіпорындармен сыртқы экономикалық және сауда байланыстарын орнату мүмкіндігі.

2022 жылы Қазақстанның ауыл шаруашылығы ел бойынша ЖІӨ өсімінің орташа көрсеткішінен (3,3%) айтарлықтай өсім көрсетті. Ауыл, орман және балық шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымы 2022 жылы 9,5 трлн теңгені құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 9,1% - ға артық. (сурет 1).



Сурет 1-Ауыл шаруашылығының жалпы өнімі [2]

АӨК-де әртараптандыру ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер мен өнеркәсіптік қайта өңдеу кәсіпорындарын, қаржылық қызметтер көрсететін ұйымдарды тік интеграциялау жолымен жүзеге асырылады. Ауыл шаруашылығында кең таралған: көлденең (байланысты), конгломераттық (байланысты емес) әртараптандыру. АӨК-дегі әртараптандыру стратегиясының негізгі түрлері өнім бойынша және аймақ бойынша әртараптандыру болып табылады.

Әртараптандыруды сандық бағалау үшін көрсеткіштер қолданылады: әртараптандырудың кеңдігі, байланысты әртараптандыру коэффициенті, әртараптандыру шкаласы. Әртараптандыру әсері экономиканың аграрлық секторынан асып түседі [3].

Биыл шағын несиелеу есебінен ауыл шаруашылығы кооперациясын белсенді дамыту арқылы ауыл халқының табысын арттыру жөніндегі жобаны іске асыру басталды. Жеті жыл ішінде осы мақсаттарға миллионнан астам ауыл тұрғындарын қамти отырып және кооперативтік кәсіпкерлікке 350 мыңнан астам жұмыс орнын құра отырып, барлық жеке қосалқы шаруашылықтардың жартысын тарта отырып, 1 трлн теңге бағыттау жоспарлануда. 2023 жылы жобаны іске асыруға әкімдік 11 мың шағын несие беру жоспарымен 52,4 млрд теңге бөлді.

Сондай-ақ, әлеуметтік-кәсіпкерлік корпорациялар арқылы АӨК-дегі инвестициялық жобаларды қаржыландыру бойынша Солтүстік Қазақстан облысының тәжірибесі тираждалатын болады.

Қаржыландырудың алдын ала сомасы шамамен 400 млрд теңгені құрайды, ол құс, сүтті өндіру жөніндегі инвестициялық жобаларды іске асыруға, сондай-ақ көкөністерді өндіру үшін суару жөніндегі жобаларды және оларды сақтау жөніндегі инфрақұрылымды іске асыруға бағытталатын болады. Бұл азық-түлік бағасын тұрақтандыруға оң әсер етеді және жаңа жұмыс орындарын құру есебінен ауыл тұрғындарының табысын арттыруға мүмкіндік береді.

СҚО тәжірибесін тираждау шеңберінде шамамен 178 инвестициялық жобаны, оның ішінде 105 сүт-тауар фермасын, 28 көкөніс қоймасын, 12 құс фабрикасын және 27 суару жобасын іске асыру жоспарлануда.

Қазақстанда АӨК-дегі жалпы өндіріс көрсеткіштерінің және негізгі өнім бағасының тұрақты өсуі байқалады, алайда сол кезеңдердегі бағаның айтарлықтай өсуі саланы дамыту әлеуетін және кәсіпорындарды дербес жаңғырту үшін мүмкіндіктерді төмендетеді.

Демек, бүгінгі таңда ең жақсы әдіс-мемлекеттік араласу, салаларды жаңғырту процесіне жетекшілік ету, әсіресе бұл АӨК-нің қайта өңдеу салаларына қатысты. Мұндай әдіс үшін барлық мемлекеттік органдар мен АӨК субъектілері арасында ақпараттың берілу жылдамдығын арттыратын және мемлекеттік басқару органдарына саланың өзекті мәселелері туралы ақпаратты жеткізуге мүмкіндік беретін жолға қойылған тік және көлденең байланыстар жүйесі өте қажет.

Бүгінгі таңда өзара іс-қимылдың ашық, біртұтас вертикалы жоқ, проблемалар ауыл шаруашылығы министрлігі мен Ұлттық экономика министрлігінің жекелеген бастамалары шеңберінде шешілуде. Мемлекет агроөнеркәсіптік кешенді инновацияларды енгізу және жаңғырту саясатын тиімді жүргізуі үшін өңірлердің бірегей ерекшеліктерін ескеру, әрбір өңірді жеке дамытудың неғұрлым перспективалы жолдарын айқындау және осыған сүйене отырып, мемлекеттік мақсаттарға қол жеткізуді өңірдің проблемаларын шешумен ұштастыратын нысаналы көрсеткіштер жиынтығын қалыптастыру қажет.

Үкіметтің инновациялар үшін қолайлы орта құруға, ауылшаруашылық секторында инновацияларды қабылдауға және таратуға ықпал етудегі рөлі және жақсы жұмыс істейтін ауылшаруашылық инновациялық жүйесін қолдау жалпыға бірдей танылады.

Атап айтқанда, жергілікті атқарушы органдар мен ауыл шаруашылығы саясатын жасаушылар цифрландыруды қамтамасыз ету үшін инфрақұрылым мен байланысқа, құнға, өзектілікке, пайдаланушыға ыңғайлылық пен дағдыларға, тәуекелдерге және сенімділікті арттыруға қатысты мәселелерге назар аударуы керек.

Қазіргі уақытта мұндай тәсілдің бастауларын байқауға болады, алайда ол Қазақстанның АӨК мемлекеттік басқаруындағы жүйелі тәжірибеге айналған жоқ. Өңірлік өндірушілермен тығыз байланыста болуды көздейтін АӨК-ні мемлекеттік басқаруға көзқарасты тезірек енгізу сектордағы жағдайды айтарлықтай жақсарту үшін жағдай жасайды.

Әртараптандыру процесі күрделі және уақытты қажет етеді. Кез келген уақытта сыртқы орта өзгеруі мүмкін, бұл өз кезегінде сатылымға әсер етеді немесе бәсекелестікті күшейтеді. Осы себепті кәсіпорын өндіріс көлемін азайтуға немесе белгілі бір қызмет саласын толығымен жоюға мәжбүр болады.

Осылайша, ауылшаруашылық кәсіпорындарында әртараптандыруды жүргізу экономикалық тұрғыдан орынды екендігі анықталды, өйткені бұл бос ресурстарды жедел пайдалануға, нарықтардың жағдайына жауап беруге және

экономикалық қызмет тәуекелдерінің деңгейін едәуір төмендетуге мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Камысбаев, М.К. Состояние занятости в аграрном секторе экономики Казахстана / М.К. Камысбаев, Л.А. Омарбакиев // Вестник университета Туран-2019.-№ 4.-с.118-124.
2. Статистический сборник «Сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Казахстан». Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.– 2022. – url: <https://www.stat.gov.kz/>.
3. Дарибаева А. Актуальные проблемы диверсификации сельского хозяйства Казахстана. Проблемы агрорынка, № 3, 2022.

ӘӨЖ 338.4

**КӘСІПОРЫНДАРДА ФИРМАШІЛІК ЖӘНЕ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРЛАУДЫ
ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Магистрант Мұрат Т. М., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Садиев Н.О.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: План должен стать активным механизмом регулирования рынка, регулирования любой хозяйственной деятельности предприятия. Недооценка планирования была одной из главных причин обнищания и банкротства предприятий в республике. Планирование позволяет предприятию не подвергаться угрозам или замедлять их негативные последствия, а также обеспечивать его дальнейший рост.

Summary: The plan should become an active mechanism for regulating the market, regulating any economic activity of the enterprise. Underestimation of planning was one of the main reasons for the impoverishment and bankruptcy of enterprises in the republic. Planning allows the company not to be exposed to threats or slow down their negative consequences, as well as to ensure its further growth.

Қазіргі нарық және бәсеке жағдайында әсіресе кәсіпорынның барлық атқаратын жұмыстарын алдын-ала тиянақты жоспарлап алу қажет.

Жоспар нарықты реттеудің, кәсіпорынның кез келген шаруашылық қызметін реттеудің белсенді тетігі болуға тиіс. Жоспарлауды жете бағаламау – республикадағы кәсіпорындардың кедейленуі мен банкроттыққа ұшырауының ең басты себептерінің бірі болды. Жоспарлау кәсіпорынның қауіп-қатерге ұшырамауына немесе олардың жағымсыз салдарларын бәсеңдетуіне, сондай-ақ оның бұдан арғы өсуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Атап айтқанда жоспар нарық субъектілеріне өз мақсаттары мен саясатын айқын анықтауға көмектеседі, жұмыста үйлескен қимыл бірлікке әкеледі.

Бюджеттеу (жоспарлау, budgeting) – бұл берілген болашақ мерзімге жоспарлау, яғни бағдарлама, жоспар, стратегияның жүзеге асуын қамтамасыз ететін бюджеттерді құру және ресурстарды бөлу жүйесін қалыптастыру үдерісі. Кәсіпорынның қызметі соның негізінде іске асырылатын жиынтық (немесе жалпы) бюджетті әзірлеу, үйлестіру және қабылдау үдерісі бюджеттеу деп

аталады. Бюджет кәсіпорынның барлық құрылымдық бөлімдерінің жұмыстарын өз ара үйлестіріп сәйкестендіруді қамтамасыз етеді.

«Бюджеттеу туралы» ережеде мыналар анықталған:

- Кәсіпорында бюджеттеу үдерісінің негізгі түсініктері мен жалпы ережелері;

- жиынтық (немесе жалпы) бюджеттің құрылымы;

- бюджеттерді ұйымдастыру, құру және орындалуын бақылау қағидалары, жалпы бюджетті қалыптастыру әдістемесі регламенттеледі;

- бюджеттік нұсқалар және нормативтік құжаттар бекітіледі;

- бюджеттерді құру, бекіту және орындалуын бақылау тәртібі мен мерзімдері анықталады;

- бюджетті қалыптастыруға қатысатын құрылымдық бөлімдердің жауапкершіліктері бекітіледі [1].

Бюджеттеудің негізгі құжаты – жиынтық (немесе жалпы) бюджет, яғни жалпы кәсіпорын үшін барлық құрылымдық бөлімдер мен қызметтер бойынша үйлестірілген жұмыс жоспары болып табылады. Жалпы бюджет операциялық және қаржылық бюджеттерді қамтиды, олардың әр қайсысы бірнеше бөлімдерден тұрады (сурет 1).

Операциялық бюджет келесілерден тұрады:

Өндіру бюджеті (немесе өндірістік бағдарлама) – өндірістік желілердің қуаттылығы мен жүктемелерін ескере отырып әр цех үшін өндірістік жоспар; өндірістік бағдарламада өндіріс көлемі табиғи өлшемде беріледі ;

- Сату бюджеті немесе өнімді өткізу жоспары;

- Шикізат сатып алу бюджеті – жабдықтаушылар мен алынатын дақылдар бойынша май шикізатын сатып алу болжамы;

- Материалдарды сатып алу бюджеті – кәсіпорында материалдық ресурстармен қамтамасыз ету қажеттілігі;

- Энергоресурстар бюджеті – технологиялық, өндірістік және шаруашылық мақсаттарға энергоресурстар қажеттілігі;

- Еңбекақы төлеу шығындарының бюджеті – құрылымдық бөлімдер мен санаттар бойынша персонал еңбекақысына жоспарланатын шығындар;

- Негізгі, көмекші өндірістер мен цехтардың бюджеті – құрылымдық бөлімдердің шығындар сметалары негізінде қалыптастырылады;

- Коммерциялық шығындар бюджеті – өнімді өткізуге байланысты шығындар;

- Әкімшілік-басқару шығындарының бюджеті – кәсіпорында әкімшілік қызметке байланысты шығындар.



Сурет 1- Дани-нан ЖШС-ның жиынтық (жалпы) бюджетінің құрылымы

Қаржылық бюджет – кәсіпорын қызметінің жоспарланатын нәтижелері туралы мәлімдейтін қорытынды нұсқалардың жиыны.

Қаржылық бюджет мыналарды қамтиды:

- Өнімнің өзіндік құнының болжамы – өндірілетін өнімнің өзіндік құнының және өткізілген өнімнің өзіндік құнының есебі;

- Инвестициялық бюджет – кәсіпорын қызметінің жаңа бағыттарына инвестициялық шығындарды көрсетеді;

- Несиелік бюджет – қарыз қаражаттарын тарту мүмкіндіктерінің болжамы;

- Ақша қаражаттарының қозғалысының бюджеті – операциялық, инвестициялық, қаржылық қызметтер бойынша ақша қаражаттарының жоспарланған түсімі мен төлемдерін анықтайды;

- Табыстар мен шығындар туралы болжамдық есеп – жоспарлы мерзімде кәсіпорынның экономикалық тиімділігін анықтайды [2].

Еңбекақы шығындарының бюджетінде бюджеттік кезеңде жұмыскерлердің еңбекақысын төлеуге шығындар құндық көрсеткіштермен көрсетіледі. Бұл бюджетті еңбекақы бойынша жетекші инженер дайындайды, өндіріс бюджеті негізінде тұтас кәсіпорын мен оның технологиялық бөлімдері бойынша жіктеп, сыйақылар мен жеңілдіктер ескеріліп жасалады. Жоспарлауда өндірістік жұмысшылар саны мен еңбекақы ставкалары іс-әрекеттегі штаттық кестелер бойынша анықталады [3].

Сапалы жоспарлау үшін кәсіпорынның ұйымдастырушылық құрылымын тиянақты талдау жасау керек, жұмыс істейтіндер санын (жалпы саны, әкімшілік персонал саны, инженерлік-техникалық персонал саны, негізгі және көмекші

өндіріс жұмысшыларының саны және т.с.с.), еңбекақы нысандары мен жүйелері (қосымша жеңілдіктер мен сыйақылар), соңғы жылдардағы еңбекақы қоры, кадрлар қозғалысы және өзгелер.

Болашақта персонал біліктілігін жоғарылату жоспары, оның бағыттары ме оқытуға көзделген шығындар бағаланады.

Өнімнің өзіндік құнының болжамы.

Бұл бюджет өндірілетін және сатылатын өнімнің жоспарлы өндірістік өзіндік құнын, сондай-ақ кезең соңына қалдықтарды анықтау үшін қажет. Өзіндік құн бюджеті өндіріс, материалдар, еңбекақы, энергоресурстар бюджеттері, сондай-ақ негізгі және көмекші өндірістер мен цехтар бюджеттері негізінде әзірленеді.

Өзіндік құнды есептеу механизмі келесідей:

1. Бір айда өндірілетін өнімнің өзіндік құны есептеледі;
2. Өндірілетін өнім бірлігінің өзіндік құны анықталады;
3. Сатылатын өнімнің өзіндік құны орташа салмақты құн әдісімен есептеледі;
4. Айдың соңына қалдықтардың құны есептеледі.

Қазіргі уақытта компаниялар бәсекеге қабілетті сұранысты қанағаттандыру үшін нарық талаптарына тез және ең аз шығындармен бейімделіп, өнімнің бір түрін екіншісіне үнемі ауыстырып отыруы керек[4].

Жоспарлаусыз бизнес жұмыс істей алмайды. Алайда, қолданыстағы жоспарлау жүйесі нарық талаптарына сәйкес келмеді, іс жүзінде ол нарықтың дамуына кедергі келтірді. Директивті жоспарлау тәжірибесі тарихта қалды және жоспарлаудың жаңа формалары әлі қолданысқа енген жоқ. Қазақстан Министрлер Кабинеті елдің әлеуметтік-экономикалық дамуын индикативті жоспарлауды әзірлеу туралы үш рет қаулы қабылдады. Бірақ нақты өмірде индикативті жоспарлар жоқ.

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау нормативтік-құқықтық базасыз жүзеге асырыла алмайды. Экономикалық стандарттар халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыру мен кәсіпорынның экономикалық қызметі арасында тығыз байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Көптеген ірі және орта орталықтандырылған компаниялар жоғарыдан төмен жоспарлау жүйесін қолданады. Осы әдіске сәйкес жоспарланған стратегиялар басқарудың жоғары деңгейіне - кәсіпорынды дамытудың мақсаттары, негізгі бағыттары мен негізгі міндеттеріне, оларды іске асыру тетіктеріне негізделген [5].

Нарықтық жағдайда кәсіпорынның стратегиялық қызметін жетілдіруді реттейтін маңызды әдіснамалық тәсіл сұраныс пен ұсынысты үйлестіру арқылы жоспарланған тапсырманы негіздеу болып табылады. Іс-әрекетке дұрыс әзірленген, ғылыми негізделген көзқарас компанияның нарықтағы табысының кепілі болады. Сұраныс пен ұсыныс Заңының әсерінен өндірушілерге сигнал беретін тепе-теңдік бағасы жасалады. Тұтынушылық сұраныс, ең алдымен, өндіріске деген қажеттілік пен халықтың жеке табысы арқылы қалыптасады. Тауар өндіруші мен сауда компаниясының қызметі нарықтың жай-күйіне, оның

дамуына қаншалықты әсер ететінін және халықтың өнімге деген сұранысын қанағаттандыру үшін қандай шаралар қолдану керектігін анықтау қажет. Тиісінше, маркетингтік зерттеулердің негізгі мақсаты белгілі бір өнімге сұраныс пен ұсыныс арасындағы ағымдағы байланысты, яғни нарықтық жағдайларды талдау болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. - 2-е изд., доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 188 с.

2. Комаров, С. И. Прогнозирование и планирование использования земельных ресурсов и объектов недвижимости: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. И. Комаров, А. А. Рассказова. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 298 с.

3. Невская, Н.А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Невская. - 2-е изд., испр. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 310 с.

4. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок: учебник для бакалавриата и магистратуры / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин ; под редакцией Б. А. Аникина. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 319 с.

5. Дамодаран, А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики / А. Дамодаран. - М.: Вильямс И.Д., 2021. - 496 с.

ОӘЖ 657.1/42

**МЕМЛЕКЕТТІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУ ЖОСПАРЛАУ
ЖӘНЕ ІСКЕ АСЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Мырзатай М.Н., Килибаев Ұ.А., Оразхан Ә.Б.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., аға оқытушы Агабекова Ш.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В статье рассматриваются проблемы правового регулирования планирования и реализации государственных инвестиций.

Summary: The article deals with the problems of legal regulation of planning and implementation of public investments.

Үкіметтің жеке актілерімен мемлекеттік инвестицияларды жүзеге асыру туралы шешімдерді бекіту практикасы бағдарламалық - нысаналы басқару қағидаттарына қайшы келеді, олар жобалар (бағдарламалар) шеңберінде шығыстардың барлық жиынтығын олардың мақсаттарының призмасы және жекелеген іс-шаралардың олардың нәтижелеріне қол жеткізуге қосқан үлесі арқылы қарауды көздейді [1,2]. Осыған сүйеніп отырып, жалпы ереже бойынша ҚР Үкіметінің Жеке актілерімен инвестицияларды бекіту тәжірибесінен бас тарту орынды болып көрінеді. Бұл ережеден алып тастау Үкіметтің резервтік қорынан қаржыландырылатын инвестициялар үшін ақталады, егер бұл қордың мақсаттары, бастапқыда заң шығарушы көздегендей, "күтпеген шығыстарды, оның ішінде апаттық-қалпына келтіру жұмыстарын жүргізуге және табиғи апаттар мен басқа да төтенше жағдайлардың салдарын жоюға байланысты өзге

де іс-шараларды"қамтамасыз етумен шектелетін болса. Алайда, өзге де ірі инвестициялық шығыстар жоба (бағдарлама) шеңберінде қаржыландыру үшін бәсекелес инвестициялық шешімдерді іріктеудің және олардың тиімділігін бағалаудың бірыңғай критерийлерін сақтай отырып, жобалар (немесе бағдарламалар) құрамында жүйелі түрде жоспарлануы тиіс.

Бірдей инвестициялық шығыстар бір мезгілде әртүрлі органдардың бекітуіне жататын жобалар мен мемлекеттік бағдарламалардың құрамына және әртүрлі мерзімдерде енгізіледі.

Жоғарыда айтылғандай, жобалау қызметі туралы ереже бойынша мемлекеттік меншік объектілеріне кез келген ірі капитал салымдары тек жобалар шеңберінде жүзеге асырылуы мүмкін.

Бірақ ең бастысы — заңнаманың осындай қарама-қайшылықтары кезінде ұлттық жобалар бюджеттік жоспарлаудың негізгі құралы бола алмайды, өйткені оларға мемлекеттік бағдарламалардан берілген басымдық өте нәзік. Сол нормативтік актіде қамтылған нормалардың қайшылықтарын зерттеумен айналысқан заңгерлер "белгілі бір құқықтық нормаларды іске асырудан бас тартқан құқық субъектілері бақылаушы органмен даулы жағдай туындаған кезде олардың ұстанымын сот қолдамайды деген тәуекелге ұшырайды" деп әділ атап өтеді [3].

Осылайша, бүгінгі күні мемлекеттік инвестициялар үкіметтің жекелеген актілерінде, мемлекеттік бағдарламаларда және Ұлттық жобаларда бір мезгілде көзделуі мүмкін.

Сонымен қатар, бұл құжаттар арасында қақтығыстарды шешудің жалпы қабылданған Ережелері жоқ. Жоғарыда айтылғандай, үкіметтің жекелеген актілерімен инвестицияларды жоспарлауды барынша азайту керек. Алдыңғы басылымдардағы Мемлекеттік бағдарламалар мен ұлттық жобалар арасындағы қайшылықтарды жою үшін біз олардың өзара қайталануын болдырмай, осы құжаттардың мазмұнын бөлуді ұсындық [4]. Соңғы жылдардағы практикалық үрдістерді ескере отырып, бұл мәселені неғұрлым қарапайым және ұтымды шешу мемлекеттік бағдарламаларды процестік құрамдас бөлікті және ұлттық басымдықтардың қатарына кірмейтін инвестициялық жобаларды қамтитын салалық жоспарлау құжаттарының деңгейіне дейін бір мезгілде төмендете отырып, Орта мерзімді кезеңнің ұлттық басымдықтарын қамтитын стратегиялық жоспарлаудың негізгі құжаттары ретінде ұлттық жобаларды заңдастыру болып табылады. Бұл жағдайда мемлекеттік бағдарламаларды бекіту жөніндегі өкілеттіктер ҚР Үкіметінде сақталуы немесе салалық қорға берілуі мүмкін (үкімет мемлекеттік бағдарламалардың әрқайсысын немесе олардың инвестициялық компоненттерін іске асыруға арналған шығыстардың "шектерін" алдын ала бекіткен жағдайда).

Мұндай шешімнің бірқатар артықшылықтары бар. Біріншіден, стратегиялық мақсаттар саны азаяды, бұл оларға жету ықтималдығын арттырады. Бағдарламалық бюджет қағидаттарына көшу барлық дерлік ведомстволық шығыстарды Мемлекеттік бағдарламалар форматына ауыстырумен қатар жүргендіктен, қазіргі уақытта мұндай бағдарламалардың

38-і бар, ал ұлттық жобалардың тек 14 — і бар (бірақ олардың әрқайсысына бірнеше жоба кіреді). Алдыңғы жарияланымдарда біз қатаң бюджеттік шектеулер болған кезде "экономиканың немесе әлеуметтік саланың белгілі бір секторларында нақты өсуге қол жеткізу үшін стратегиялық құжаттар қаражат пен күш-жігердің аз ғана бағыттарға шоғырлануын қамтамасыз етуі керек (5-7-ден аспауы керек)" деп атап өттік.

Тіпті 14 ұлттық жоба да бұл талапқа толық сәйкес келмейтіні анық, әсіресе мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеудің барлық бағыттары бойынша бір мезгілде "серпіліс" қамтамасыз ету мүмкін емес. Екіншіден, Стратегиялық жоспарлау құжаттарының нақты иерархиясы құрылады, яғни оларды қаржыландырудың белгілі бір кезектілігі. Бірінші кезекте мемлекеттік бағдарламалардың процестік құрамдас бөлігі, яғни шартты-тұрақты мемлекеттік шығыстар, екінші кезекте — ұлттық жобалар, ал үшіншісінде ғана — Мемлекеттік бағдарламалар шеңберіндегі инвестициялық шығыстар қаржыландырылуға тиіс.

Инвестициялық саясатты созылмалы түрде орындамаудың негізгі себептерінің бірі оның құрамында іске асыруға дайын емес жобалар бойынша қаражат бөлуді бекіту болып табылады.

ҚР Есеп палатасы жыл сайын ҚР Үкіметінің назарын қажетті құжаттама болмаған жағдайда объектілерді инвестициялық саясатқа қосу құқығын теріс пайдалануға аударды. Мысалы, 2022-2024 жылдарға арналған бюджет жобасының қорытындысында 2022 жылға арналған инвестициялық саясаттың қажетті құжаттамасы жоқ 226 нысан бойынша қаражат енгізілгені, олардың жалпы көлемі инвестициялық саясаттың 17-нің 15% -і құрағаны көрсетілген. Бұл ретте осы объектілердің 123 -і қатысты (54,4%) негіздеме объект бойынша ҚР Президентінің немесе Үкіметінің тапсырмаларының болуына сілтеме жасауға дейін азайтылды. Басқа жағдайларда, ҚР Есеп палатасының пікірінше, басқа да сыйламаушылық себептер (мысалы, жобалық құжаттамаға мемлекеттік сараптаманың оң қорытындысын алудың күтілетін мерзімдері, жер учаскелеріне құқық белгілейтін құжаттардың болуы, мемлекеттік бағдарлама шеңберінде объектіні іске асыру және т.б.) "негіздеме" болды, ал 24% жағдайда негіздеме мүлдем болмады.

Алайда, бұл процедура жеке кәсіпкерді қалыптастырудың жалпы процедурасымен салыстырғанда айтарлықтай жеңілдетілген. Осылайша, ұлттық жобалардың құрамына кіретін объектілер бойынша бюджет қаражатын қайта бөлу құқығы жобалық басқару органдарына қандай да бір шектеусіз берілді. Ұлттық жобалардың құрамына кірмейтін қаражатты қайта бөлуді Өңірлік даму жөніндегі комиссия кешенді сұрау салу деп аталатын бекіту жолымен жүзеге асыруы тиіс.

Инвестициялық саясатқа енгізілген объектілердің кемшіліктерін жою мерзімдері, содан кейін оларға бөлінген қаражат қайта бөлуге жататындығын ескере отырып, үш айдан аспайды, неге "кешенді сұранысты" бекітудің арнайы процедурасын ойлап табу керек екендігі түсініксіз. ҚР БК 192-бабы 4-тармағының нормасын сақтау оңай емес пе, оған сәйкес инвестициялық

саясаттың жобасына мемлекеттік сараптаманың оң қорытындысы бар жобалық құжаттамасы бар нақты объектілер ғана енгізіледі? Сонымен қатар, ағымдағы жылдың екінші тоқсанында инвестициялық саясатқа енгізілген жаңа нысандар бойынша, бекітілген жобалық құжаттама болса да, сатып алу құжаттамасын әзірлеуге және сатып алу рәсімдерін жүргізуге кемінде екі ай қажет екенін ескере отырып, ағымдағы жылы құрылыс басталуы екіталай.

Бұл ереженің маңыздылығын асыра бағалау қиын, өйткені мұндай қайта қарау заңмен қарастырылған процедураларды құнсыздандырады. Өйткені, егер баға сауда-саттықтың жеңімпазын анықтаудың жалғыз немесе басты критерийлерінің бірі болса, оны келісімшарт жасалғаннан кейін қайта қарау іріктеу шындыққа сәйкес келмейтін мәліметтер негізінде жүргізілгенін білдіреді. Осы тұрғыдан алғанда, келісімшарттың қатаң баға ережесінен кез-келген ауытқулар қажет емес. Екінші жағынан, жағдайлардың немесе экономикалық жағдайдың болжанбайтын Елеулі өзгерістеріне байланысты құрылыс келісімшарттары көбінесе бастапқы шарттарда орындалмайды-мысалы, есепке алынбаған жұмыстардың қажеттілігі, ұлттық валюта бағамының күрт өзгеруі, материалдардың қымбаттауы және т. б.

Сондықтан, заңнамада, атап айтқанда, Орындаушының тәуекелдерін арттыратын келісімшарттың ұзақ қолданылу мерзімімен немесе оны орындауға жұмсалатын шығындардың белгісіздігін болжайтын келісімшарт нысанасының ерекшеліктерімен (мысалы, жобалау және салу бір мезгілде нысанасы болып табылатын өмірлік цикл келісімшарттары мен келісімшарттар) негізделуі мүмкін қатаң баға ережесінен ерекшеліктердің болуы орынды деп танылуы керек. Мәселе мынада, келісімшарттың нақты баға ережесінен ауытқулар тізімі үнемі кеңейіп отырады.

Осылайша, қазіргі уақытта жобаны бюджет есебінен қаржыландыру туралы шешім қабылдау кезінде көп жағдайда: оның сметалық құны мен нәтижелерінің ұқсас жобалармен арақатынасы; технологиялық және сындарлы шешімдерді таңдаудың негізділігі; объектіні ұстауға және оларды жабу көздеріне бюджеттік жүйенің болашақ шығындары; жобаның инженерлік және көлік инфрақұрылымымен қамтамасыз етілуі; пайдаланудың орындылығы талданбайды қымбат құрылыс материалдары және басқа да маңызды параметрлер, бұрын әртүрлі сараптамалар тақырыбына енген. Сонымен бірге, бұрын қолданыста болған инвестицияларды негіздеу рәсімдерін жай ғана қалпына келтіру мәселенің оңтайлы шешімі болып көрінбейді, өйткені жоғарыда айтылғандай, бұл рәсімдер бір — бірін ішінара қайталап отырды, ең бастысы-олар бағдарламалық-мақсатты және жобалық жоспарлау процесіне енгізілмеген.

Сонымен қатар, инвестициялық жобаларға Ұлттық жобалар бойынша шығыстардың арыстан үлесі және Мемлекеттік бағдарламалар бойынша шығыстардың елеулі үлесі тиесілі, бұл инвестициялық жобалардың тиісті жобалар мен бағдарламалардың мақсаттарын іске асыруға қосқан үлесін міндетті есепке алуды көздейді. Жоғарыда айтылғандай, инвестициялық жобаларды үкіметтің жеке шешімдерімен бекіту бағдарламалық-мақсатты

жоспарлау қағидаттарына қайшы келеді. Мұнда мұндай қарама — қайшылық, атап айтқанда, әрбір нақты инвестициялық жоба сол міндеттерді шешуге бағытталған, сондықтан қарастырылып отырған жобаға табиғи бәсекелестікті құрайтын тиісті саладағы басқа жобалардан бөлек бағаланатындығына байланысты екенін қосуға болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мельников В.Д., Ильясов К.К. Финансы: учебник. – Алматы: 2019. – 512 с.
2. Архипова Н.И., Минаев В.В. Проблемные аспекты формирования стратегических инвестиционных проектов и программ // Вопросы экономики и права. - 2020. - № 4. - С. 65 - 68.
3. Бобок В.С. Методика и последовательность роста инвестиционного проекта в современных условиях // Финансовый менеджмент. - 2021. - № 6. - С. 88 - 92.
4. Құлпыбаев С., Ынтықбаева С.Ж., Мельников В.Д. Қаржы: Оқулық / - Алматы. Экономика, 2018- 522 бет.

ОӘЖ 331:32

**ҚАРЖЫЛЫҚ ЖӘНЕ БАСҚАРУ ЖӘНЕ ӨНДІРІСТІК ЕСЕПТІҢ БІР-БІРІМЕН
ӨЗАРА БАЙЛАНЫСТЫ ЖӘНЕ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Набиева З.М., Шоназарова А.К., Абдикаримов С.М.
Ғылыми жетекші- э.ғ.к., аға оқытушы Туребаева Ж.К.
«Мирас» университеті, Шымкент қаласы, Қазақстан

Резюме: В статье рассматривается финансовый и управленческий учет, как взаимосвязанные компоненты бухгалтерского учета

Summary: The article deals with financial and management accounting as interrelated components of accounting

Басқару есебі-бухгалтерлік есептің жеке өзіндік бағыты деп алуға болады, ол ақпаратпен басқаруды қамтамасыз етеді, яғни жоспарлау, басқару, бақылау мен ұйымның толыққанды түрде бағалауына қолдануға қажетті ақпарат болып табылады, сонымен қатар оның құрылымдық бөлімшелеріне қажетті ақпарат құралы.

Бухгалтерлік басқару есебі – бұл есеп процессі мен кәсіпорынды басқаруды байланыстырушы звено. Басқару есебінің пәні ұйымның өндірістік қызметі және оның жеке бөлімшелері (сегменттері), аталған жауапты орталықтары болып табылады.

Басқару есебінің объектілері ұйым мен оның бөлімшелерінің шаруашылық қызметінің қорытындылары мен шығындары, оның жеке жауапты орталықтары; ішкі баға қалыптастыру және ішкі есеп беру болып табылады.

Қаржылық сипаты жоқ, шаруашылық операциялар (құнды қағаздармен қаржылық операциялар, мүлікті сату мен сатып алу, жал және лизинг операциялары, еншілес және тәуелді қоғамдарға инвестициялар және т.с.с.) басқару есебі пәнінің шеңберінен шығады [1].

Басқару есебінің дамуы өндірістік, калькуляциялық есеп базасында пайда болды. Сондықтан оның негізгі мазмұны өндірістегі шығын есебі мен калькуляция болып табылады.

Басқару есебінің маңызды мақсаттары болып табылатындар:

- жедел басқару шешімдерін қабылдауда басқарушыларға ақпараттық көмек көрсету;

- кәсіпорын қызметінің экономикалық тиімділігін бақылау, жоспарлау және болжау.

- бағаны қалыптастыру үшін базаны қамтамасыздандыру;

- кәсіпорынды дамытуда едәуір тиімді жолдарын таңдау.

Осылайша басқару есебі маңызды тапсырма жасауға кіріседі, яғни өндіріс алдына қойылған қызметті орындау,- өңдеу үшін ішкі пайдаланушылар көрсеткіштері мен мәліметтермен қамтамасыздандыру, басқару процессін жетілдіру бойынша тиімді шешім қабылдауды негіздеу.

Басқару есебінің қағидаларына келесілер жатады:

•кәсіпорынның үздіксіз жұмыс жасау қызметі;

•жоспарлау мен есеп беру үшін (жоспарлы - есептік) біркелкілік бірлік өлшемін ұстану;

•кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелерінің нәтижелерін бағалау;

•басқару мақсатында алғашқы және аралық ақпараттарды мирасқорлық және бірнеше рет қолдану;

•басқару дәрежелерінің арасындағы коммуникациялық байланыстарының негізі ретінде, ішкі есептіліктің көрсеткіштерін қалыптастыру;

•коммерциялық қызметті, қаржыларды, шығындарды басқаруда бюджеттік (сметалық) әдісін қолдану,

•есептің объектілері туралы ақпараттардың таусылымдылығын қамтамасыз ету, аналитикалық және толыққандығы;

•есеп саясатымен бекітілген, кәсіпорынның өндірістік және коммерциялық циклы айқындайтын, кезеңділік;

•Аталған қағидалар жиынтығы басқару есебі жүйесінің іс-әрекеттігін қамтамасыз етеді, алайда есептік үрдісті бірегейлендірмейді.

Басқару есебі өндірістік есеп пен қаржылық есеп бөлігін қосады, яғни ішкі басқару үшін қажетті (ішкі қолданушылар үшін өндірістік өнімге жұмсалған шығындар туралы есептілікті құрастыру).

Қаржылық және басқару есебі бір-бірімен өзара байланысты және біркелкілі бухгалтерлік есептің байланысты шарттасқан компоненттері. Сонымен қатар, келесідей сұрақтар бойынша принциптік айырмашылықтар бар:

Кесте 1. Қаржылық және басқару есебінің бір-бірімен өзара байланысы

	Қаржылық есебі	Басқару есебі
1. Есептің жүргізудің міндеті	Міндетті түрдегі заңнаманың енгізілуі бекітілген	Жүргізу ұйымның басқарушысының қалауына мен еркінділігіне байланысты
2. Есеп жүргізудің мақсаты	Сыртқы пайдаланушылар үшін қаржылық құжаттарды құрастыру	Берілген ұйымның бақылау және басқару, болжамдаудың тек ғана қамтамасыз ету құралы болады
3. Ақпарат пайдаланушылар	Сыртқы пайдаланушылар (акционерлер, кредиторлар, мемлекеттік органдар және т.б.). олардың сұранымдары бірдей болады.	Ішкі пайдаланушылар (әкімшілік, менеджерлер). Олардың арнайы сұраныстары белгілі, басқару есебінің жүйесі осыған негізделуі тиіс.
4. Есепті жүргізу әдістері	Шоттар және екі жақты жазу, құжаттар, түгендеу.	Шаралар қолданылады, бірақ үнемі емес. Арнайы әдістерді қолдану мүмкіндігі мен ақпараттарды екі жақты жазу жүйемен жүргізілуі міндетті емес.
5. Еркін таңдау	Жалпы қабылданған принциптерге негізделген, онда жазылым, қаржылық ақпараттарды тапсыру мен бағалау, т.б. ол анықталған дәрежеге дейін орталықтандырылған	Басқару мақсатынан және басқару міндетімен ұйымдастырылады, мемлекетпен реттелмейді, тек кәсіпорынның қызығушылығына қызмет жасайды. Үлкен дәрежеде логика мен тәжірибеге негізделген немесе жалпы қолданыстағы.
6. Қолданыстағы өлшемдер	Қазақстан валютасына – теңгемен енгізіледі	Ақша қаражат ретінде, сонымен қатар ақшалық емес өлшегіштер ретінде қолданылады. Натуралды, шекті – натуралды, есепті көрсеткіштер қолданылады.
7. Шығындардың топтамасы	Шығындар экономикалық элементтер арқылы топталады (материалдар, еңбек төлемдері, әлеуметтік қажеттіліктерге аударымдар, амортизациялық аударымдар, және өзге де аударымдар)	Кәсіпорын жекеше қандай жолмен және қандай баптармен шығындарды жіктеу қажеттілігін шешеді (орталық жауапкершілік бойынша, шығындардың таратушылары бойынша, және т.б.)
8. Есептің негізгі объектісі	Кәсіпорынның шаруашылық қызметі біркелкі етіп қабылданады	Кәсіпорын қызметі орталық жауапкершілік бойынша қарастырылады (шығын орталықтары, түсім орталықтары, кіріс орталықтары). Жауапкершілік орталығы – басшымен басқарылатын құрылымдық бөлімшелер, ол жұмыс нәтижесіне жауап береді.
9. Есептілікті құрудың кезеңділігі	Есептіліктің құрамы мен құрастыру кезеңділігі заң актілерімен бекітіледі. Жылдық есептілік жылына, аралық, тоқсанда түзіледі.	Есептілік қажетті жағдайларда ғана түзіледі: ай сайын, ап сайын, күн сайын. Кәсіпорын әкімшілігі ішкі есептіліктің құрамы мен ұсыну кезеңділігін бекітеді.
10. Ақпараттың сенімді дәрежесі	Есеп құжаттамалар арқылы расталған, бірақ оның бағасы абсолютті нақтылы болуы мүмкін емес.	Ақпарат көбінесе есеп сипатына ие болады. Жиі түрде болжамды бағаны қолданады.
11. Ақпараттың ашық дәрежесі	Есептілік ашық, жариялымды болып табылады.	Ақпарат негізінен коммерциялық құпия болып табылады, бірақ жарияланбайды және конфиденциалы сипатқа ие.
12. Уақытқа байланым	Ұйымның қаржылық тарихын	«Тарихи» ақпарат ретінде, сонымен қатар

	көрсетеді. Бухгалтерлік проводка операцияның аяқталуынан кейін жасалады. Мәліметтер «тарихи» сипатқа ие болады.	бағалар мен жоспарлар болашаққа құрылады.
13.Базисті құрылым	Есеп белгілі балансты теңдікпен құрылады: Активтер=Капитал+міндет-темелер	Ақпараттардың құрылымы пайдаланушылардың сұранысына байланысты.
14.Есепті дұрыс жүргізуге жауапкершілік	Салық органдарымен есептілікте ақпараттар дұрыс көрсетілмеуі үшін айыппұл санкциялар қойылуы мүмкін. Кредиторлар немесе акционерлер ақпараттардағы есеп берулердің қателіктері үшін сотқа жүгінуіне болады.	Нормативті заңдармен ережелермен құрылуы міндетті емес және кең ауқымды қоғаммен тағайындалмаған.
15.Өзге де пәндермен байланысы	Басты түрде меншікті әдіске негізделген.	Басқа да пәндермен – микроэкономикамен, қаржымен, экономикалық анализбен, статистикамен тығыз байланысқан.

Басқару, қаржылық және салықтық есептердің өзара байланысы маңызды емес позициялармен анықталады:

1. Шаруашылық операциялардың хронологиялық кезектілігімен көрініс табуы.

2. Кәсіпорында есеп үздіксіз жүргізіледі, оның заңды тұлға ретінде тіркелген күнінен бастап.

3. Шаруашылық операциялардың сәйкес тіркелімдерінде уақтылы көрініс табуы.

4. Алғашқы және жиынтық есеп құжаттары қағаздық рәсімде жүргізіледі.

5. Мүліктер мен міндеттемелерді бағалау кәсіпорынмен есепте және есептілікте ақшалай түрде теңгемен жүргізіледі.

6. Қаржылық және басқару есебі шығындары біркелкі шығындар есебі жүйесі ретінде құрастырылады, сондықтан өндірістегі шығындар есебі біркелкі мәліметтермен көрсетілген сол өндірістік шығындар есебі бойынша шоттарда қамтамасыз етіледі, және мәліметтер қаржылық, басқару және салық есебі үшін негіз болып табылады.

7. Қаржылық және басқару есебі, бухгалтерлік есептің өзара тәуелді бөлігі ретінде [2].

Сірә, барлық осы аталған мәселелер басқару есебінің күдіреттілігі болып табылады, өйткені ол өндірістік есеппен және өнімнің өзіндік құнын калькуляциялаумен байланысты болады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Назарова В.Л. Фурсов Д.А. Фурсова С.Д. Управленческий учет: Учебник / Алматы: Экономика, 2018.-308с.

2. Кеулимжаев К.К., Кудайбергенов Н.А. Производственный и управленческий: Учебное пособие / Алматы.: Экономика, 2016.-330с.

КӘСІПОРЫННЫҢ РЕСУРСТЫҚ ӘЛЕУЕТІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Магистрант Нусіп Нұрым Лесұлы
Орталық Азия инновациялық университеті Шымкент қ. Қазақстан

Резюме: В данном исследовании рассмотрены теоретические аспекты анализа ресурсного потенциала предприятия. Недостаточная степень изученности и проработанность рассматриваемой проблемы, обуславливает актуальность данной работы

Summary: In this study, the theoretical aspects of the analysis of the resource potential of the enterprise are considered. The insufficient degree of study and elaboration of the problem under consideration determines the relevance of this work

Үздіксіз жылдам өзгеретін жағдайлармен сипатталатын өнеркәсіптік қайта өңдеу ұйымдарының іскерлік қызметінде ресурстарды тұтыну және олардың әлеуетін қалыптастыру заңдылықтары бар. Кәсіпорынды табыс алу мақсатында қызметті жүзеге асыратын жүйе ретінде дамытудың нәтижелілігіне мүмкіндігінше тұрақты бәсекелестік артықшылықтарды қамтамасыз ететін осындай Ресурстық әлеуетті қалыптастыру арқылы қол жеткізіледі.

Кәсіпорынның ресурстық әлеуетінің мәнін зерттеу "ресурстар" базалық экономикалық категориясының негізгі ерекшеліктерін, сондай-ақ "әлеует", "кәсіпорынның экономикалық әлеуеті", "кәсіпорынның өндірістік әлеуеті" ұғымдарын зерттеуді қамтиды.

Қазіргі уақытта экономикалық әдебиеттерде жетекші ғалымдар мен практиктер ұсынған ресурстардың әртүрлі түрлерін бөлудің көптеген тәсілдері ұсынылған. Қолданыстағы түсіндірулерде ресурстар өндірісті қамтамасыз ету көздері мен құралдары ретінде қарастырылады. Жалпы түрінде ресурстар (Франц. *ressource*-көмекші құрал) ақша қаражаты, құндылықтар, қорлар, мүмкіндіктер, қаражат көздері, кірістер ретінде түсіндіріледі. Экономикалық әдебиеттерде ең көп таралған ресурстардың жіктелуін теориялық талдау негізінде экономикалық ресурстардың негізгі топтары мыналар деп қорытынды жасауға болады: табиғи; техникалық; материалдық; еңбек; қаржылық; ақпараттық; уақытша.

Экономикалық әдебиетте "потенциал" ұғымы ұзақ уақыт бойы айтылып келеді. Латын тілінен аударғанда бұл болашақта белгілі бір жағдайларда жұмылдырылуы және күшіне енуі мүмкін "белгілі бір жүйеде жасырын түрде болатын күш, күш, мүмкіндіктер, қабілеттер, ресурстар, қаражат көздері" дегенді білдіреді.

Потенциалдар теориясы бойынша жарияланымдардың негізгі бөлігі кәсіпорынның экономикалық әлеуеті сияқты бағалау көрсеткішіне арналған. Бұл санаттың мәніне үш тәсіл бар. Біріншісіне сәйкес экономикалық әлеует индикаторлардың немесе ресурстардың белгілі бір жиынтығы ретінде түсіндіріледі. Екіншісіне сәйкес экономикалық әлеует ұғымы кәсіпорынның

тиімді жұмыс істеу қабілеті тұрғысынан қарастырылады. Үшінші тәсіл шеңберінде экономикалық әлеует ресурстық әлеуетте қамтылған әлеуетті мүмкіндіктерді интегралды бағалау және оларды экономикалық тиімділікке қол жеткізу үшін іске асыру ретінде қарастырылады².

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, кәсіпорынның экономикалық әлеуеті деп қолда бар ресурстарға байланысты кәсіпорынның жиынтық қабілетін түсінеміз, ішкі және сыртқы орта факторларын ескере отырып, белгілі бір уақытта әртүрлі өнімдер шығарамыз.

Өндірістік әлеует кәсіпорынның экономикалық әлеуетінің құрамдас бөлігі болып табылады. Қазіргі экономикалық сөздікте бұл санат мыналар ретінде қарастырылады: бір жағынан, қолда бар ресурстарды толық пайдаланған кезде өндіруге болатын өнімнің нақты көлемі; екінші жағынан, өндірістің қолда бар және әлеуетті мүмкіндіктері, өндіріс факторларының болуы, оны ресурстардың анықтаушы түрлерімен қамтамасыз ету, бұл ресурстық тәсілге де сәйкес келеді.

Қарастырылған көзқарастар В. Е. Кантор, Е. М. Карпенко, А. С. Сайгано ва бізге кәсіпорынның өндірістік әлеуеті - бұл ұйымдардың, олардың бірлестіктері мен ішкі бөлімшелерінің жиынтық қабілетін анықтайтын өндірістік ресурстардың әртүрлі комбинацияларының жиынтығы ретінде өндірістік күштердің жүйелік сипаттамасын білдіретін экономикалық категория деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. уақыт бірлігінде тиісті сападағы, құрамдағы және ассортименттегі өнімнің белгілі бір мөлшерін, мерзімдер мен орындарда, қоғамның мүдделері тұрғысынан ең орынды.

Зерттеу авторлардың ресурстық әлеуеттің мазмұнын басқаша түсіндіретінін көрсетті. Сонымен, олардың кейбіреулері Ресурстық әлеуетті кәсіпорынның экономикалық әлеуетінің элементі ретінде анықтайды және оны өндірістік әлеуетпен анықтайды, ал басқалары оны өндіріс кезінде пайдаланылатын ресурстар жиынтығын сипаттайтын өндіріс бөлігі ретінде қарастырады. Көптеген анықтамалар авторлар алға қойған дүниетанымдық ұстанымдар мен мақсаттардың әртүрлілігімен түсіндіріледі және ет өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарында материалдық ресурстарды басқару, дамыту және пайдалану мәселесімен байланыстыра отырып, ресурстық әлеуеттің мазмұны тұжырымдамасын әзірлеу қажеттілігін көрсетеді.

Функционалдық тұрғыдан алғанда, ресурстық әлеует өнім өндіруге ықпал ететін ресурстарды біріктіреді. Сонымен қатар, ресурстардың саны мен сапасы бойынша үйлесуі мүмкін, бұл өндірістің өзі мүмкін емес немесе тиімсіз болады. Бұл жағдайда ресурстардың теңгерімсіз жиынтығы Ресурстық әлеуетті қалыптастырмайды, бірақ олардың механикалық жолмен есептелген математикалық қосындысы болып табылады және біртұтас емес. Бұл ретте Негізгі өндірістік қорлар, материалдық ресурстар, қаржы ресурстары, еңбек ресурстары, сондай-ақ өнімді өндіру және бөлу процесінде оларға әсер ететін факторлар өндірістік ресурстар ретінде әрекет етеді.

Өндірісте ресурстарды үнемдеу және пайдалану проблемасы олардың көлемінің өсуімен өндірілген өнімнің өңделген шикізат бірлігінен шығуы және оны ұтымды пайдалану ұлғайған кезде өнімді өндіруге кететін шығындарды

азайту қажеттілігі туындайды. Сонымен қатар, ет өңдеу өнеркәсібінің отандық кәсіпорындары үшін материалдық шығындар деңгейін төмендету мәселесі ең өзекті болып табылады, өйткені материалдық ресурстар өндіріс процесінде кәсіпорында тұтынылатын ресурстардың негізгі түрі болып табылады және өнімнің өзіндік құнының құрылымында ең үлкен шаманы құрайды, осылайша пайда мөлшеріне, рентабельділік деңгейіне және жалпы өндіріс тиімділігіне айтарлықтай әсер етеді. Ұлттық экономиканың әрбір саласында материалдық ресурстарды үнемдеу жөніндегі қызмет осы сала шеңберінде тұтынылатын шикізатты, материалдарды, отын мен энергияны өндіру және пайдалану технологиясына негізделген ерекшеліктерге ие.

Ресурстық әлеуеттің мәнін теориялық зерттеу және талдау бұл күрделі экономикалық Тұжырымдама, оны әр түрлі салалардағы кәсіпорындар жұмыс істейтін қазіргі экономикалық жағдайға сәйкес келетін көріністердің барлық жиынтығында қарастыру керек деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Біз материалдық ресурстарды және олардың болуы мен пайдаланылуына әсер ететін факторларды ресурстық әлеуеттің жеке құрамдас бөлігі - материалдық-ресурстық әлеуетті қарастыруды ұсынамыз. Біріншіден, ет өңдеу кәсіпорындары үшін ресурстық әлеуеттің негізгі құрамдас бөлігі негізгі өндірістік қорлармен, Еңбек және қаржы ресурстарымен қатар материалдық ресурстар болып табылады, олардың болуы мен сапасы өнімнің бәсекеге қабілеттілігіне әсер етеді. Екіншіден, қазіргі шаруашылық жағдайында қаржылық ресурстардың болуы кәсіпорын үшін сыртқы факторлардың әсерінен материалдық ресурстар болмаған немесе материалмен қамтамасыз ету проблемалары болған кезде кәсіпорын қызметінің нәтижелілігін анықтамайды. Үшіншіден, кәсіпорынды қажетті ассортимент пен сапаның шикізатымен және материалдарымен толық және уақтылы қамтамасыз ету өнім өндіру, оның өзіндік құнын төмендету, пайда мен рентабельділікті арттыру жөніндегі жоспарларды орындаудың маңызды шарты болып табылады.

Материалдық-ресурстық әлеует деп кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктерін (материалмен қамтамасыз етілуін) сипаттайтын кәсіпорынның ресурстық әлеуетінің құрамдас бөлігін түсінеміз, өндірістік процесті қажетті материалдық ресурстармен қамтамасыз етудің интегралды қабілетін көрсететін бәсекеге қабілетті өнім шығарамыз. Материалдық шығындар өнімді өндіруде айтарлықтай үлес салмағына ие болғандықтан, нарықтағы артықшылық материалдық ресурстарды тиімдірек пайдаланатын және ресурстарды үнемдеу литикасын белсенді жүргізетін кәсіпорындарға тиесілі болады. Ет өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарының материалдық-ресурстық әлеуетінің негізгі құрамдас бөліктері: шикізат, негізгі материалдар, сатып алынатын жиынтықтаушы бұйымдар мен жартылай фабрикаттар, өндірістік сипаттағы жұмыстар мен қызметтер, Қосалқы материалдар; отын - энергетикалық ресурстар болып табылады.

Зерттеу нәтижелері негізінде ет өңдеу кәсіпорындарының материалдық-ресурстық әлеуетін қалыптастыруға және пайдалануға әсер ететін факторлар бізбен келесі топтарға сараланады:

1) экономикалық (сатып алу бағасының өзгеруі нәтижесінде материалдық ресурстарға бағаның өзгеруі; көлік-дайындау шығыстары деңгейінің өзгеруі; халықтың шомылу қабілетінің төмендеуіне әкелетін инфляциялық процестердің әсері; мемлекеттік экономикалық және қаржы саясаты);

2) құрылымдық (тұтынылатын ресурстардың құрылымын оңтайландыру; материалдық ресурстарды ауыстыру; артық шығындар мен шығындарды жою; шикізат өндірушілермен интеграция);

3) конструкциялық (өндірілетін өнімнің көлемі мен құрылымын өзгерту; материал сыйымдылығы төмен өнімнің түбегейлі жаңа түрлерін жасау);

4) 4) Технологиялық (бастапқы шикізат пен материалдарды неғұрлым толық және ұтымды пайдалану, қайталама ресурстарды пайдалану; өндірістің техникалық деңгейін өзгерту және өндіріс пен еңбекті ұйымдастыруды жақсарту; жаңа прогрессивті технологияларды енгізу; Өндірісті механикаландыру және автоматтандыру нәтижесінде материалдық ресурстардың нормаларын өзгерту және шығыс нормаларынан ауытқу).

Потенциалистік көзқарас тұрғысынан кәсіпорын белгілі бір уақытта қажетті материалдық ресурстарға ие болуы немесе болмауы мүмкін екенін ескеріңіз. Екінші жағдайда, қандай да бір материалдық-ресурстық әлеуеттің болуы немесе болмауы туралы айтуға болады, қолда бар әлеуетті шаруашылық жүргізуші субъект іске асырады немесе іске асырмайды.

Кәсіпорынның ресурстық әлеуетінің мәні мен құрамын қарастыра отырып, ол өндірістік қызметті жүзеге асырудың негізі болып табылады және кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарын таңдауды анықтайды деген қорытынды жасауға болады, сондықтан Ресурстық әлеуетті түсіндіруді әзірлеумен қатар, оны қалыптастыру мен пайдаланудың тиімділігін бағалау құралдарын зерттеуге ерекше назар аудару керек.

Жоғарыда айтылғандардың негізінде ет өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарында материалдық - ресурстық әлеуетті бағалау әдістері мен құралдарын әзірлеу өзекті болып көрінеді, бұл олардың нақты жұмыс істеу жағдайларының ерекшелігін ескере отырып, материалдық ресурстарды тұтыну тұрғысынан олардың нақты жағдайына объективті баға беруге мүмкіндік береді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Варламова З. Н. Компанияның ресурстарға бағытталған стратегиялық менеджмент жүйесіндегі негізгі құзыреттері. Алдын ала басып шығару. – Екатеринбург: РҒА уро Экономика институты, 2005. - 48 б.

2. Замбржицкая Е. С., Калинина Т.В., Александрова М. В.Қазіргі даму кезеңіндегі басқару құралы ретінде өнеркәсіптік кәсіпорынның экономикалық әлеуеті // Жас ғалым. 2016. № 7. 848-852 ББ.

3. Стеклова С. Ю. құрылыс кәсіпорының ресурстық әлеуетін анықтау әдістемесі // Менеджмент. – 2007. – № 4. – Б.83-86.

4. Усанов Г. И. Кәсіпорынның нарықтық әлеуеті: жағдайды диагностикалау, бейімделу және Даму стратегиясы: моногр. – Владивосток: Шығыстағы басылым. ун-т, 2002.

– 250

ҚР ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУДАҒЫ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕЛЕР

Магистрант Нұржан Ж. Н., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Нуридинов Ж.Ғ.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Многие международные организации пересмотрели свои прогнозы в сторону снижения. Основными проблемами мировой экономики остаются: усиление напряженности в еврозоне, ухудшение финансовых условий, а также повышение уровня безработицы и рисков снижения роста.

Summary: Many international organizations have revised their forecasts downwards. The main problems of the global economy remain: increased tensions in the eurozone, deteriorating financial conditions, as well as an increase in unemployment and risks of declining growth.

Дүниежүзілік Банктің болжамдарына сәйкес әлемдік экономика 2020–2023 жылдары 3,1-ден 4,1%-ға дейінгі қарқында өседі. Кейінгі 2018–2022 жылдары өсу қарқыны дамыған елдердегі дағдарыс құбылыстарының ұзақтығына және дамыған елдер үкіметтерінің дамудағы жинақталған құрылымдық теңгерімсіздіктерді жою бойынша қабылдап жатқан шараларының тиімділігіне тәуелді болады.

Көптеген халықаралық ұйымдар өз болжамдарын төмендеу жағына қарай қайта қарады. Әлемдік экономиканың негізгі проблемалары мыналар болып қалады: Еуроаймақтағы шиеленістің күшеюі, қаржылық жағдайлардың нашарлауы, сондай-ақ жұмыссыздық деңгейі мен өсудің төмендеу тәуекелдерінің ұлғаюы.

Еуроаймақтағы Рецессия жалғасуда. 2023 жылдың бірінші тоқсанында Еуроаймақтың ЖІӨ 0,2% - ға қысқарды, бірақ теріс көрсеткіш 0,6% болған 2022 жылдың сол тоқсанымен салыстырғанда экономиканың шоғырлануы шамалы болды. Еуроаймақтың ЖІӨ-нің төмендеу динамикасының төмендеуіне қарамастан, халықаралық сарапшылардың пікірінше, Еуроаймақтағы рецессиялық процестер ағымдағы жылдың соңына дейін жалғасады.

ЕО еңбек нарығындағы жағдай да күрделі болып қала береді, мамыр айында жұмыссыздық деңгейі 12,1% құрады (2022 жылғы сәуірде 12,2%). Жастар арасындағы жұмыссыздық 23,8% құрады.

Американдық тәуекел. Алдын ала мәліметтер бойынша, 2022 жылдың бірінші тоқсанында АҚШ ЖІӨ 1,8% құрады. Алайда, АҚШ экономикасының оң өсуіне қарамастан, өсудің оң динамикасына кедергі келтіретін тәуекелдер бар. [1]

Бүгінгі таңда АҚШ экономикасы үшін негізгі тәуекелдер үшінші сандық жеңілдету бағдарламасының (QE3) аяқталуымен байланысты.

Осы күзде беделді халықаралық ұйымдар QE3 аяқталуына байланысты инвесторлар мен банктердің болжамдарын, инвестициялық шешімдерін және корпоративтік баланстарын қайта қарауына байланысты әлемдік нарықтағы құбылмалылықтың күшеюін болжайды.

АҚШ экономикасына теріс әсер ететін тағы бір жағымсыз фактор- Америка Құрама Штаттарындағы жұмыссыздықтың салыстырмалы түрде жоғары деңгейі. АҚШ-тың еңбек статистикасы бюросының мәліметі бойынша, жұмыссыздық деңгейі 2022 жылдың маусымында 7,6% құрады. Сонымен қатар, АҚШ-тың еңбек нарығында да оң тенденциялар бар, өйткені жұмыссыздық бойынша жәрдемақы алуға өтініштер саны осы жылдың шілде айының бірінші аптасында соңғы төрт айда рекордтық деңгейге дейін төмендеді.

АҚШ экономикасы үшін қосымша тәуекелдер АҚШ-тың мемлекеттік қарызы мен салықтарының "лимитіне" қатысты белгісіздіктің жоғарылауынан туындайды.

Дүниежүзілік банктің болжамы бойынша 2023 жылы АҚШ-тың ЖІӨ өсімі 2,0% құрайды 2022-2024 – 2.8-3.0%, салыстырмалы.

Ресейдің Тәуекелдері. 2023 жылдың бірінші жартыжылдығында Ресей Федерациясының экономикасының өсуі қалыпты қарқынмен жүруде. Ресейдің экономикалық даму министрлігінің алдын-ала бағалауы бойынша ЖІӨ өсімі 1,7% деңгейінде қалыптасты.

Ресей экономикасы үшін негізгі тәуекелдер, ең алдымен, әлемдік экономикалық өсу қарқынының төмендеуімен, әлемдік шикізат нарықтарындағы сұраныс пен бағаның төмендеуімен, сондай-ақ бағалы қағаздар бағасының белгіленуімен, капиталдың кетуімен және алтын-валюта резервтерінің төмендеуімен байланысты өзгерту (сәуір).

Ресей экономикасы үшін маңызды тәуекел-негізгі құралдарға инвестициялардың теріс тенденциясы. 1 жартыжылдықта инвестициялық белсенділіктің төмендеуі 1,4% -. құрады. Бұл күрделі жағдай ЖІӨ-нің басқа компоненттеріне теріс әсер етуі мүмкін және орта мерзімді перспективада ЖІӨ өсуін айтарлықтай баяулатуы мүмкін. [2]

Жалпы, халықаралық ұйымдардың болжамы бойынша орта мерзімді перспективада Ресей экономикасы 2,3-3,9% - ға өседі.

Қытай тәуекелдері. 2023 жылдың бірінші тоқсанында Қытайдың ЖІӨ өсу қарқыны 7,7% құрады. Ел өнеркәсібінің негізгі қорларына инвестициялар көлемінің қысқаруы байқалады. Осы жылдың 1 маусымындағы жағдай бойынша бұл көрсеткіш жылдық 17,8% - ға өсті, бұл 2014 жылдан бергі ең төменгі көрсеткіш.

Қытай экспортының болжамды мәндерден ауытқуы әлемдік экономиканың дамуына теріс әсер етеді. Сыртқы сауда көрсеткіштері шамалы төмендеуді көрсетеді. Экспорттың жалпы көлемі 2023 жылдың қаңтар-наурыз айларында 18,4%-ға өскенімен, қаңтар-мамыр айларында бұл көрсеткіш тек 13,5% - ға өсті.

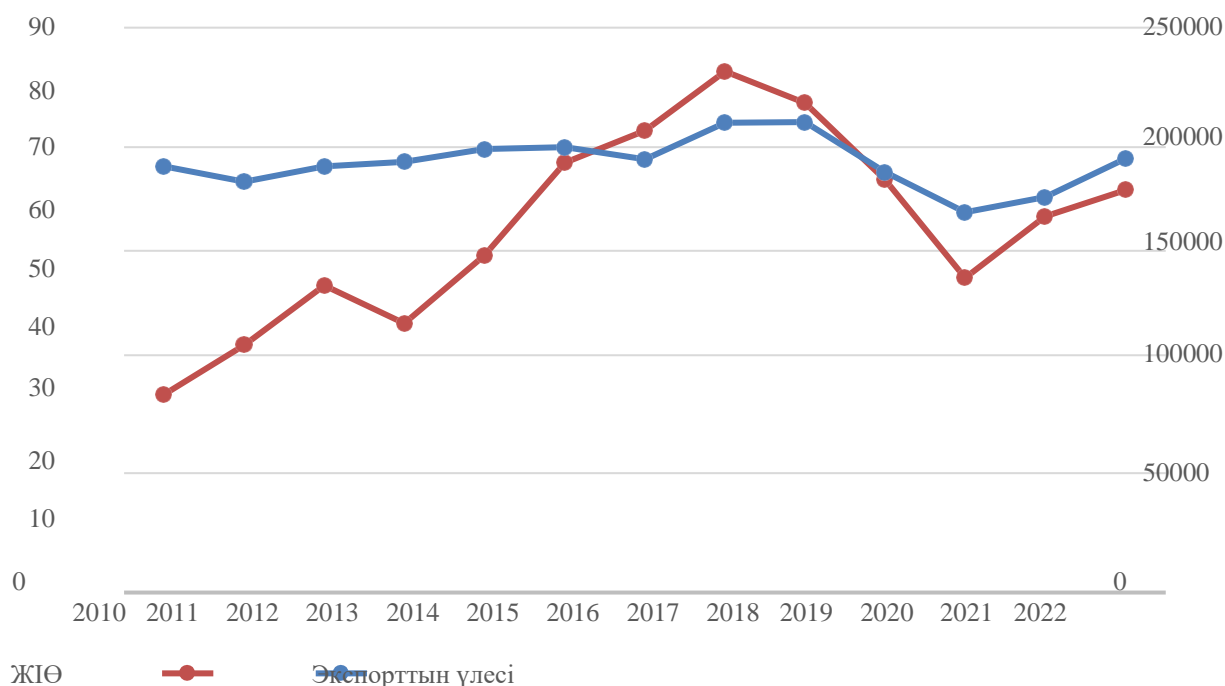
Бүгінде Қытай экономикаға нұқсан келтіру қаупі бар. Осы саясат арқылы Қытай үкіметі инвестициялардағы ішкі тұтынудың ролін арттыруға тырысады. Алайда, көптеген халықаралық сарапшылар ішкі тұтынушылардың инвестицияларының қысқаруынан туындаған олқылықтардың орнын толтыра алмайды және осылайша Қытай экономикасының өсу қарқынын төмендетеді деп санайды.

Дүниежүзілік банк Қытайдың ЖІӨ өсімі 2022 жылы 7,7% және 2023-2024 жылдары 8,0-ден 7,9% - ға дейін болады деп болжайды.

Дамушы елдердің тәуекелдері. Дамушы елдердегі экономикалық өсу сыртқы жағдайлардың нашарлауына және ішкі сұраныстың әлсіреуіне байланысты баяулайды деп күтілуде. Негізгі тәуекел-дамыған экономикалар тарапынан сұраныстың төмендеуі.

Дамушы елдердің осалдығы алдыңғы дағдарыстан бері біршама өсті. Бұл алдыңғы дағдарыс кезінде өскен бюджет тапшылығының тұрақты көлеміне байланысты. Жаңа дағдарыс жағдайында дамушы елдерде жеке және мемлекеттік секторлардағы экономикалық қызметті қамтамасыз ету үшін бюджет қаражаты аз.

Шикізат нарықтарындағы бағалар. Әлемдік нарықтардағы баға динамикасын талдау тауар биржаларында баға ортасын қалыптастырудың негізгі факторлары төмендеу үрдісін көрсететінін және нәтижесінде тауар топтарының негізгі түрлері бойынша бағалардың тұрақты төмендеуі байқалатынын көрсетеді. Әлемдік экономиканың даму үрдісінің өзгеруіне, мұнайдың әлемдік бағаларының деңгейіне және әлемдік қаржы нарығындағы жағдайға байланысты дамудың ықтимал үш сценарийі қаралды.



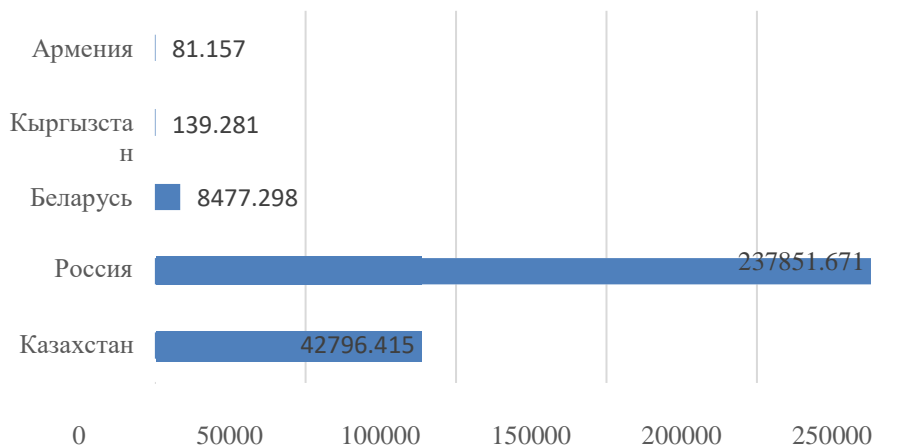
1-сурет - Қазақстанның мұнай және мұнай өнімдері мен ЖІӨ экспорты үлесінің серпіні

Оптимистік сценарий әлемдік экономиканың 2021 – 2022 жылдары қарқынды дамуын, Еуроаймақ елдерінің борыш проблемаларының шешілуін, АҚШ-тағы және басқа да дамыған елдердегі экономикалық белсенділікті жақсарту бойынша жоспарланған шаралардың табысты іске асырылуын, жеке сектордың сұранысын және дамушы елдерден импортты қалпына келтіруді

тұспалдайды. Әлемдік экономиканың өсімі бұл сценарийде дағдарысқа дейінгі 4,1-4,5% қарқынға сәйкес келеді.

Базалық сценарий 2022 – 2023 жылдары әлемдік экономиканың баяу, бірақ үдемелі өсімін болжайды. Әлемдік ЖІӨ өсімі 2022 жылы 3,8%-дан 2023 жылы 4,3%-ға дейін жылдамдайды. Мұнай бағасы, бағалау бойынша, 90 АҚШ доллары деңгейінде болады, болжамдық кезеңде металдар бағасының өсуі күтіледі.

Сценарий АҚШ тұтынушылық белсенділікті және жұмыссыздық көрсеткіштерін жақсартуға, сондай-ақ экономикалық өсудің және америка нарығына тәуелді елдерге тауар өткізудің локомотиві болып қалуға қол жеткізетінін болжайды. Еуро аймағында еңбек нарығындағы проблемаларды шешу, сондай-ақ проблемалы елдердің борышын қайта қаржыландыруды қолдау жөніндегі іс-шаралар бойынша қажетті шаралар қабылданады, бұл монетарлық одақтың бүтіндігін сақтауға, өсу траекториясына шығуға және проблемалы елдер бюджеттерінің жағдайын түсімдер өсуінің де, шығыстарды қысқартудың да салдары ретінде қалпына келтіруге мүмкіндік береді. [3]



2-сурет - Елдер бойынша отын экспортынан түсетін табыс

Пессимистік сценарий Еуроаймақтағы борышқа қызмет көрсету құнының күрт өсуімен егеменді борыш дағдарысының тереңдеуімен сипатталады. Қаражат болмауының нәтижесінде банк дағдарысының еуропалық және жаһандық банк жүйелеріне таралу тәуекелі іске асуда. Дамыған елдердегі өсудің шектеулі мүмкіндіктері дамушы әлем, ең алдымен Қытай мен Үндістан экономикаларының біраз салқындауына әкеледі. 2022 – 2023 жылдары әлемдік экономиканың өсуі 2,8-3,4%-дан аспайды.

Бұл сценарийде әлемдік экономика кезекті рецессияның шегінде теңгерімделетін болады. Ең шиеленіскен проблема жұмыссыздықтың жоғары болуы, табыстың төмендігі және нәтижесінде жиынтық сұранысты көбейтудің іргелі факторларының болмауы болып қалады.

Америка Құрама Штаттарының, Еуропалық Одақтың, Қытайдың және дамушы елдердің экономикаларының даму қарқыны барған сайын "тұрақсыздандыруда" [4].

Сарапшылардың пікірінше, қазіргі даму моделі толығымен таусылды. Бұл модель леввереджді пайдалануға негізделген. Енді процестің өзі жаңа дағдарысқа алып келеді. Қарыздар экономикаға нұқсан келтіреді. Екінші жағынан, соңғы жылдары көптеген дамушы елдер бұл мысалды батыстан алып, несие арқылы тұтынуды ынталандырды. Мұның ақыр соңында экономикаға не әкелетінін енді Әзірбайжан мысалынан көруге болады. Бұл елде банктер тұтынушылық несие беруде ең белсенді болды және Президент Ильхам Әлиев шектеулер енгізу үшін араласуға мәжбүр болды. Ол банктерден тұтынушылық несие беруді жалғастырудың орнына экономиканың нақты секторына инвестиция салуды, яғни бизнесті несиелендіруді талап етті. Қытай агенттігі талқылап жатқан мәселе де көптеген экономистердің назарында. Бұл жағдай бірнеше жылдан бері әлемнің әртүрлі бөліктерінде пікірталас тақырыбы болды.

Сонымен, Америка Құрама Штаттары алдағы үлкен дағдарыстан құтыла ала ма? Көптеген экономистер бұл әлемдік экономиканың жағдайына байланысты деп санайды. Австрияда жұмыссыздар саны артты. Қазіргі уақытта Австрияда жұмыссыздар саны артып келеді. Бұл елдегі жұмыссыздық деңгейі 10,3% - ға жетті. Бұл өткен жылмен салыстырғанда 5,8% - ға көп. Жаңа жұмыс іздеп қайта даярлаудан өткен жұмыссыздар саны 466 226 адамды құрайды, деп жазады Die Press. Алайда, бұл елге Румыния мен Болгариядан жұмыс іздеп келгендердің саны да артып келеді.

Ел рецессияны бастан өткерген кезде, көптеген компаниялар шығындарды азайту үшін осындай әдістерге жүгінді. Енді бұл қазіргі жағдайға айналуда. Экономикалық өсу тұрақтанған кезде де көптеген коммерциялық кәсіпорындар бұл әдіске жүгінеді. Ел заңдарына сәйкес, адам әр жұмыс орнында аптасына 40 сағат жұмыс істеуі керек. Тұрақты жұмыссыздар енді әр жерде үш "нөлдік" келісімшарт бойынша жұмыс істеуге мәжбүр. Сарапшылардың пайымдауынша, егер мұндай жағдай жалғаса берсе, еңбек нарығындағы әлеуметтік шиеленіс күшейеді. [5]

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Б.С.Мырзалиев, Ө.Қ.Шеденов, Б.М.Дандаева, Р.И.Ерманкулова, «Мемлекеттік қаржылық басқару» Оқу құралы, Түркістан, 2020 ж.
2. Лушин С.И. Об эффективности государственного бюджета . Финансы. – 2014 ж. – №10
3. Қазақстан Республикасының Қаржы Министрлігі сайты– www.minfin.kz.
4. Сахариев С.С., Сахариев А.С. Финансы. – Алматы, 2014 ж.
5. Қазақстан Республикасы бюджет жүйесінің экономиканы реттеудегі рөлі. С. Ө. Өсербайұлы, Е. Жұмағалиев // ҚазҰУ хабаршысы. Экономика сер.- Алматы, 2018 ж.

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЮЖНОГО КАЗАХСТАНА

Озыкбаева А.Д., Бажан Д.С., Маньяков Я.В.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко О.А.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: мақалада Жібек жолы бойындағы экономикалық белдеуді салу процесінде туындауы мүмкін экологиялық тәуекелдер баяндалған, оларды азайтудың негізгі бағыттары, олардың Қазақстанның тұрақты дамуына әсері негізделген.

Summary: the article outlines the environmental risks that may arise during the construction of an economic belt along the Silk Road, substantiates the main directions of their minimization, their impact on the sustainable development of Kazakhstan.

Жамбылская область находится в центре Южного Казахстана. Территория области простирается на 400 км с севера на юг, на 500 км с запада на восток и составляет 145,2 тыс. км территории, что занимает 5% территории Казахстана. Характерными особенностями климата Жамбылской области являются обилие солнца, засуха. Такие особенности объясняются расположением области внутри материковой части Евразии.

Сельскохозяйственное развитие земель в регионе очень высокое. Количество пахотных земель варьируется в зависимости от района: наибольшее наблюдается в южных районах, прилегающих к рекам Талас, Асса и Шу; наименьшее на севере. Жамбылская область богата минерально-сырьевыми ресурсами. На территории области выявлены и разведаны значительные запасы полезных ископаемых: фосфориты, цветные металлы, минеральные соли, топливное сырье, различные строительные материалы (камни строительные и отделочные, песчано-гравийный материал, карбонатные породы и др.).

Основное загрязнение природных комплексов юго-западной части области связано с добычей и переработкой фосфоритов. Отходы производства каратауско-Жамбылского промышленного комплекса образовали особую Биогеохимическую провинцию, границы которой четко не установлены [2].

Основными источниками загрязнения воздушного бассейна г. Тараза являются предприятия фосфорной промышленности – новый фосфорный завод МПО «Химпром» и суперфосфатный завод, ГРЭС, ТЭЦ и другие негабаритные производственные объекты, а также автомобильный транспорт. Всего в городе 90 предприятий. В последние годы значительное развитие получили машиностроение и металлообработка, энергетика, легкая пищевая промышленность, промышленность строительных материалов.

Выхлопные газы автомобиля значительно загрязняют атмосферу, содержат не только оксиды азота, окись углерода, но и формальдегид, хлор.

Еще один важный вопрос области относится к водохозяйственной деятельности. В засушливом климате ее решение очень важно, так как распределение водных ресурсов практически во всех сферах экономической

деятельности ограничено. Основная часть водных ресурсов области сосредоточена в бассейнах трех крупных рек – Шуйского, Таласского и Ассы, однако эффективность использования водно-земельных ресурсов в этих бассейнах ниже необходимого уровня.

В Таразе остается нерешенным вопрос утилизации больших гор. По официальным данным, сейчас в Жамбылской области имеется 189 специализированных площадок для сбора мусора, которых явно не хватает. По области собрано около шести миллионов тонн твердых отходов, а по Таразу – около двух миллионов. Тараз сегодня является единственным областным центром в Казахстане, не имеющим очистных сооружений для фильтрации сточных вод [3].

В результате жители близлежащих населенных пунктов Жамбылского района страдают от неприятного запаха, а также от проникновения канализационных стоков в грунтовые воды. Жители Жамбылской области часто страдают от кишечных отравлений.

В Туркестанской области выделяют условно 3 географических района с точки зрения экологических интересов:

1. Территория докризисной экологической обстановки - обилие радионуклеидов в объектах природной среды и, прежде всего, в подземных водах.

2. Территория мощного техногенного воздействия.

г. Кентау - зоны высокого загрязнения почв тяжелыми металлами.

г. Шымкент – почвы, подвергшиеся воздействию свинца, цинка и мышьяка, вызывают серьезную озабоченность в концентрациях, в 10 раз превышающих ПДК. Это влияет на большие площади, в частности на площади, отведенные под выращивание овощных культур.

3. Остальная территория области подвержена умеренному антропогенному воздействию [4].

Туркестанская область является одним из шести экологически неблагополучных регионов Казахстана, а город Шымкент входит в тройку городов, наиболее загрязненных выхлопными газами автотранспорта, выбросы которых составляют более 70% от общих валовых выбросов. Уровень загрязнения воздуха высокий, индекс загрязнения атмосферы (ISA) = 10.6.

Увеличение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу в основном связано с развитием гражданского строительства, увеличением количества транспортных средств, некачественным моторным топливом, несоблюдением норм охраны окружающей среды, нерешенными вопросами утилизации отходов производства и потребления.

Производственные предприятия внесли основную долю в увеличение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу; их доля в общих выбросах составила 76,9%, предприятия по производству и распределению электроэнергии, газа и воды – 8,3%, другие отрасли – 14,8%.

Крупнейшие загрязнители атмосферы сосредоточены в Шымкенте, где действует большое количество мобильных и стационарных источников

выбросов вредных веществ: от автотранспортных средств, выбросы которых (в среднем 98 тыс. тонн в год) привели к увеличению максимально допустимой концентрации свинца и формальдегида [5].

В настоящее время загрязненная свинцом почва стала важнейшим источником поступления металла в организм жителей города Шымкент, прежде всего детей дошкольного возраста, для которых свинец особенно опасен. В частности, было установлено, что более 80% обследованных детей, проживающих в зоне влияния свинцовых растений, имели повышенный уровень свинца в крови (более 10 мкг/дл).

Основным источником свинца, попадающего в атмосферный воздух Шымкента, являются выбросы от свинцового завода, несмотря на то, что в последние годы объем выбросов значительно сократился. Об этом свидетельствуют результаты лабораторного определения содержания свинца в атмосферном воздухе на отдельных участках мониторинга, расположенных в районе средней школы, в зоне воздействия свинцового завода [6].

Основную роль в экологических изменениях окружающей природной среды Туркестанской области и г.Шымкента играют все виды воздействия промышленных предприятий региона, крупнейшими из которых являются: Свинцовый завод – АО «ПК «Южполиметал», ТОО «А- MEGA TRADING», теплоэлектростанции АО «3- Энергоорталык», нефтехимический завод ТОО «Петро Казахстан Ойл Продактс», цементные заводы АО «Шымкентцемент», ТОО «Стандарт Цемент», ТОО «Састобецемент», химико – фармацевтический завод АО «Химфарм», уранодобывающие предприятия ТОО «Степное рудоуправление», ТОО СП «Инкай», ТОО СП «Катко».

Регион Алматы имеет низкий уровень загрязнения окружающей среды. Однако на экологию существенно влияет город Алматы, являющийся одним из основных источников антропогенного загрязнения воздушного бассейна и деградации сельскохозяйственных земель в соседних регионах.

Алматы-самый густонаселенный город Казахстана (1,5 миллиона человек) с большим количеством автомобилей и интенсивным движением, что неизбежно усложняет экологическую ситуацию. Ежедневно в Алматы въезжает более 200 тысяч автомобилей-нерезидентов, всего в городе зарегистрировано около 525 тысяч автомобилей (одна машина на 2-3 человека), выбросы которых оцениваются более чем в 200 тысяч тонн загрязняющих веществ в год, что составляет около 300 кг на 1 жителя.

Наиболее загрязненными районами остаются Карасай и Или, где расположены теплоэнергетические комплексы ад АПК (ТЭЦ-2, ТЭЦ-3), на которые приходится 70% всех выбросов.

Проблема хранения и утилизации отходов остро стоит в Алматинской области. На ее территории насчитывается более 700 населенных пунктов, из которых триста пятьдесят четыре легализовали места хранения твердых отходов. Ежегодно на свалках хранится более 800 тысяч тонн отходов. Вывоз твердых отходов увеличивается, занимает значительные площади

сельскохозяйственных угодий, необходимо построить завод по переработке твердых отходов.

Таким образом, города Южного Казахстана, в частности города Тараз, Шымкент, Алматы имеют ряд экологических угроз для строительства экономического пояса вдоль Нового Шелкового пути:

1. Загрязнение атмосферного воздуха горнодобывающими и металлургическими предприятиями и автотранспортом.
2. Проблемы с управлением водными ресурсами.
3. Проблемы утилизации и утилизации промышленных и бытовых отходов.
4. Загрязнение почвы тяжелыми металлами.

В связи с этим был предложен ряд основных направлений минимизации экологических проблем в Южном Казахстане:

- внедрение технологий с низким уровнем отходов, системы рециркуляции воды;
- внедрение эффективного экономического механизма защиты окружающей среды;
- использование основных положений и механизмов международных соглашений по сбору средств для улучшения экологических параметров казахстанской промышленности;
- введение международных стандартов безопасности и охраны труда на промышленных предприятиях;
- усиление государственного контроля за соблюдением норм безопасности;
- минимизация отходов, что позволяет уменьшить количество отходов в источнике образования и увеличить объем переработки.

Таким образом, своевременное решение экологических проблем способствует выявлению и предотвращению возможных социальных, экономических и политических конфликтов, которые могут привести к напряженности в обществе или конфликтам между государствами в ходе продолжения нового Шелкового пути. В частности, эти конфликты могут затронуть страны Центральной Азии, включая Казахстан, поскольку строительство нового Шелкового пути будет проложено через территорию, могут нанести социально-экологический и экономический ущерб и помешать устойчивому развитию Казахстана.

Список использованной литературы:

1. Салимбаева Р.А. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЮЖНОГО КАЗАХСТАНА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЯСА ВДОЛЬ НОВОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12-6. – С. 1105-1108;
2. Казахстан в 2021 год. Статистический сборник / Под ред. Айдапкелова Н.С. – Нур-Султан, 2022. – 276с.
3. Тлеуберген, Мубарак. Экономика и экология природопользования : учебное пособие для студентов, магистрантов и докторантов / М. Тлеуберген. - Астана, 2018. - 454 с.

4. Стеблякова Л.П. Системная трансформация экономики : монография / Л. П. Стеблякова; М-во образования и науки Республики Казахстан, Карагандинский государственный технический университет. - Караганда : ТОО "Арка и К", 2015. - 457 с.

5. А.С. Мусина / Экология Казахстана: Учебник. (2-ое издание). — Караганда. ТОО «Medet Group». 2019.-144 с.

УДК005.95/.96(159.9)

ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СТРЕССА У СОТРУДНИКОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СНИЖЕНИЕ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ В ПРЕДПРИЯТИЯХ

Озыкбаева А.Д

Научный руководитель: старший преподаватель Ажибекова А.Д
Университет«Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақалада біз теориялық тұрғыдан адам ресурстарының жоғалу қаупінің себептерін талдаймыз, кәсіпорындар үшін адам ресурстарының жойылу қаупінің индикаторлық жүйесін құрамыз және әрбір техникалық көрсеткіштің мазмұнын және оны өлшеу әдісін түсіндіреміз.

Summary: In this article, we analyze the causes of human resource attrition risk from a theoretical point of view, build a human resource attrition risk indicator system for enterprises, and explain the content of each technical indicator and its measurement method.

С ростом информационной революции, быстрым развитием науки и техники и быстрым продвижением урбанизации человеческое общество перешло от традиционного сельскохозяйственного и промышленного сообщества к современному обществу, а наступление новой эры фундаментально изменило образ жизни людей. Чтобы адаптироваться к социальным изменениям, люди должны тратить больше времени и энергии на изучение новых знаний, навыков и способностей после завершения карьеры, чтобы адаптироваться к тенденциям социального развития. Они находятся под давлением работы и жизни в течение длительного времени, и возникающие в результате психологические проблемы становятся все более заметными. Согласно информации, опубликованной ЮНЕСКО, психические заболевания являются крупнейшим убийцей здоровья человека в 21 веке. Эксперты ООН прогнозируют, что к середине XXI века психологический кризис принесет людям боль, подобную катастрофе, и этот цикл боли будет долгим и невообразимым. В обществе распространяются обсессивно-компульсивные расстройства, депрессия, тревога и другие психические заболевания. Современные люди расплачиваются психическим здоровьем за стремление к материальной жизни [1].

Предприятия, особенно трудоемкие, испытывают больше трудностей с набором и трудоустройством работников.

Сотрудники для предприятия – это основа развития, стратегическое ядро предприятия и ценный ресурс. Для швейной промышленности, помимо оборудования и капитальных вложений для обеспечения качества продукции,

необходимо быть конкурентоспособным в человеческих ресурсах. Сотрудники рядового отдела - источник прибыли и важнейшая часть стабильного развития Предприятия. Поэтому особенно важными становятся привлечение, обучение и удержание рядовых сотрудников.

В условиях сегодняшнего экономического спада в различных отраслях ощущается нехватка рядовых сотрудников. Текучесть кадров ежегодно увеличивается, что приводит к снижению производительности предприятий и ослаблению общей конкурентоспособности. Бесконтрольная потеря сотрудников вызовет нестабильность кадрового состава предприятий, приведет к снижению эффективности бизнеса, нанесению ущерба корпоративному имиджу и ряду других проблем, серьезно ограничивающих развитие предприятий. Компания является OEM-производителем для малых и средних предприятий; Проблема текучести кадров на переднем крае серьезна. За последние 2 года компания потеряла 220 рядовых сотрудников. Потеря рядовых сотрудников привела к нехватке рабочей силы и частому набору персонала, что также увеличило затраты на обучение новых сотрудников, снизило эффективность отдела кадров компании и увеличило затраты компании на трудоустройство. Поэтому для компании важно изучить проблему текучести кадров на переднем крае.

Если проблема текучести кадров будет усугубляться и без решения, это не только приведет к снижению производительности компании и частым сменам кадров, что приведет к хаосу в корпоративном управлении, но и повлияет на сотрудничество с клиентами и снизит конкурентоспособность рынка. компании. В этом случае компаниям необходима тема исследования, позволяющая снизить текучесть рядовых сотрудников и улучшить стратегию удержания сотрудников.

Исследование текучести кадров стало горячей темой научных исследований, и эксперты и ученые предложили множество теорий. Большинство этих теорий изучалось крупными и средними компаниями и их сотрудниками. Эти крупные и средние компании сформировали более зрелую систему управления в системе компании и находятся на более высоком уровне в той же отрасли по компенсациям и льготам, поэтому предлагаемые меры по снижению текучести кадров, как правило, носят более теоретический и педантичный характер.

Объектом данной статьи является представительная малая и средняя производственная компания и ее рядовые сотрудники, высокая текучесть которых является микромиром многих производственных компаний, находящихся в процессе трансформации и модернизации.

В данной статье анализируется текучесть кадров типичной малой и средней производственной компании. Предлагаются целенаправленные меры по борьбе с текучестью кадров, которые помогают обогатить теорию управления текучестью кадров и методы борьбы со стратегиями текучести кадров [3].

Изучая взаимосвязь между выгоранием психического здоровья и психологическим капиталом среди преподавателей колледжей, психологический капитал Абу Дабуса частично опосредует и смягчает связь между психическим здоровьем и выгоранием. Исследование психологических денег и выгорания имеет значительную отрицательную корреляцию; психологическое здоровье частично опосредовано связью между психологическим капиталом и выгоранием. Основываясь на этом, Чанг измерял различные группы, чтобы понять факторы, влияющие на психологическое здоровье. Результаты исследования Чжана, посвященного мобильным компаниям, коррелировали между уровнем психического здоровья, выгоранием и стилями преодоления трудностей сотрудников мобильных компаний, а также показали, что стили выгорания и преодоления трудностей сотрудников являются предикторами их психического здоровья. Бао изучал взаимосвязь между выгоранием, стилем преодоления трудностей и уровнем психического здоровья учителей начальной школы; выгорание напрямую влияет на уровень психического здоровья. Оптимистичный стиль совладания косвенно влияет на группу учителей начальной школы с психическим здоровьем, у которых есть более серьезные проблемы с уровнем психического здоровья, которые можно скорректировать с помощью оживленного стиля совладания. Психическое здоровье связано с различными факторами, а психологический капитал, выгорание и позитивный стиль преодоления трудностей связаны с психическим здоровьем. Тем не менее, большинство предметов исследований в основном сосредоточено на студентах, преподавателях, пациентах и врачах-боксерах, и не так много исследований непосредственно на сотрудниках метро. Крайне важно провести обследование психического здоровья сотрудников метрополитена, чтобы изучить факторы, влияющие на их психическое здоровье.

На основе текущего состояния психического здоровья сотрудников в этом исследовании изучается влияние на них стилей выгорания и преодоления трудностей, а также устанавливается посредническая роль психологического капитала для них. Основываясь на предыдущих исследованиях, это исследование изучает корреляцию между выгоранием сотрудников, стилем преодоления трудностей, уровнем психологического капитала и психическим здоровьем. Он всесторонне анализирует соответствующие факторы, влияющие на психическое здоровье сотрудников на предприятиях, чтобы предоставить предприятиям научную информацию для прогнозирования тенденций развития психического здоровья сотрудников, улучшения трудовой мотивации и совершенствования методов управления сотрудниками [4].

Роль оценки психологического стресса сотрудников в снижении текучести кадров на предприятиях. Построение модели оценки психологического стресса сотрудников.

Это исследование соответствует принципам систематичности, последовательности, независимости, работоспособности, научности и динамизма, чтобы гарантировать, что система индексов оценки может

удовлетворить потребности целей оценки. Он сочетает в себе характеристики компании и реальную ситуацию, чтобы быть основанным на фактах и целенаправленным. Таким образом, мы обнаружили, что уровень выгорания и копинг-стиль сотрудников играют опосредующую роль во влиянии на психологическое здоровье. Случай выгорания позволяет эффективно снизить возникновение психологических проблем и улучшить профессиональное психическое здоровье за счет повышения психологического уровня работников метрополитена. Это не обязательно приводит к изменениям в эмоциях и поведении сотрудников [5].

В заключении хочется сказать, что в нынешних экономических условиях и изменениях окружающей среды предприятия неизбежно столкнутся с новым раундом огромных проблем социального и экономического развития.

В то же время, по мере повышения уровня и степени экономической открытости, рыночная конкуренция, с которой предприятиям приходится сталкиваться, также быстро усиливается, и талант постепенно становится для предприятий ключом к определению своих конкурентных преимуществ и использованию возможностей будущего развития. Внедрение управления человеческими ресурсами на научной, рациональной и эффективной основе стало насущной необходимостью в условиях нынешней экономической глобализации. Объектом данной статьи является представительная малая и средняя производственная компания и ее рядовые сотрудники, высокая текучесть которых является микромиром многих производственных компаний, находящихся в процессе трансформации и модернизации.

В данной статье анализируется текучесть кадров типичной малой и средней производственной компании. Предлагаются целенаправленные меры по борьбе с текучестью кадров, которые помогают обогатить теорию управления текучестью кадров и методы борьбы со стратегиями текучести кадров.

Изучая взаимосвязь между выгоранием психического здоровья и психологическим капиталом среди преподавателей колледжей, психологический капитал Абу Дабуса частично опосредует и смягчает связь между психическим здоровьем и выгоранием. Исследование психологических денег и выгорания имеет значительную отрицательную корреляцию; психологическое здоровье частично опосредовано связью между психологическим капиталом и выгорание.

Список использованной литературы:

1. Карпов А.В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. — М.: Гардарики, 1999. — 584 с.
2. Морозов А.В. Управленческая психология: Учебник. — М.: Академ. Проект; Фонд «Мир», 2008. — 288 с.
3. Гончаренко В.И., Кондратьева С.И., Копейкин Д.П. и др. Основы менеджмента: Учеб. пособие. — М.: Издат. дом «Дашков и К0», 2000. — 176 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. — 447 с.

5. Кинякина О.Н. и др. Мозг на 100 %. Интеллект. Память. Креатив. Интуиция. Интенсив-тренинг по развитию суперспособностей. — М.: Эксмо, 2012. — 848 с.

УДК 419

СЕМНАДЦАТЬ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Омарэли А.А., Есенова М.С., Ногайбек Е.С.

Научный руководитель – магистр, старший преподаватель Бокушева С.

Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада тұрақты дамудың 17 мақсаты қарастырылған — кедейлік пен аштықты жоюдан бастап мұхиттардағы өмірді қорғауға дейін.

Summary: The article discusses 17 Sustainable Development Goals — from the eradication of poverty and hunger to the protection of life in the oceans.

В 2015 году Организация Объединенных Наций приняла Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, многостороннее соглашение между всеми государствами-членами ООН, в котором излагается дорожная карта к более устойчивому будущему. В ее основе лежит ряд целей — 17 ЦУР — от искоренения нищеты и голода до защиты жизни в океанах. С каждой из этих целей связаны целевые показатели, помогающие измерять прогресс и обеспечивать целостность.

Этот призыв к действию основан на десятилетиях политики и практики во всем мире и служит следующим шагом к глобальному миру и процветанию. Хотя они организованы по количеству, нет иерархии их важности. Они неделимы — успех каждой из них зависит от успеха других — и как таковые должны решаться одновременно. Хотя они гораздо более подробные, чем описано здесь, следующий список должен дать базовое представление о каждой из них.

Цель №1 — Борьба с бедностью

Искоренение нищеты во всех ее формах является первым шагом к достижению равного будущего для всех. С 1990 года уровень бедности в мире ежегодно снижался до минимума в 9,7% в 2017 году. Но из-за глобальной пандемии и множества других факторов 2020 год может стать первым годом, когда глобальная бедность снова возрастет. Борьба с бедностью включает в себя расширение доступа к основным услугам и в то же время оказание помощи бедным и уязвимым общинам в формировании чувства собственности и финансовой грамотности.

Цель № 2 — Искоренение голода

В настоящее время 690 миллионов человек во всем мире голодают. 135 миллионов из этих людей страдают от острого голода. Обеспечение надлежащего доступа к безопасной и питательной пище имеет основополагающее значение для любого хорошо функционирующего общества. Чтобы никто не остался голодным, требуется обновленная

сельскохозяйственная система, основанная на более высокой эффективности, устойчивых методах производства и этичной торговой политике.

Цель № 3 — Крепкое здоровье и благополучие

Здоровье и благополучие всех граждан являются неотъемлемой частью достижения устойчивого развития. Это включает в себя существенное сокращение предотвратимых смертей из-за ненадлежащего медицинского обслуживания и охвата, загрязненной и токсичной окружающей среды, отсутствия надлежащего образования и ресурсов и т.д. Здоровые люди создадут здоровые и продуктивные общества.

Цель № 4 — Качественное образование

Эта цель направлена на обеспечение инклюзивных и справедливых образовательных возможностей для всех посредством улучшения доступа, ресурсов и оснащения. Это включает развитие детей в раннем возрасте, начальное и среднее образование, высшее образование, такое как колледж, профессионально-техническое обучение — все это необходимо и важно для достижения целей устойчивого развития.

Цель № 5 — Гендерное равенство

Расширение прав и возможностей женщин и девочек - один из лучших способов обеспечить здоровое и пригодное для жизни будущее для всех. Чтобы расширить возможности женщин и дать им образование, мы должны создать мир, свободный от гендерного насилия и угнетения и наполненный справедливыми и достойными возможностями, независимо от пола. Чтобы установить эту норму, мы должны сосредоточиться на сокращении дискриминации, искоренении вредных практик, предоставлении хорошего образования и обеспечении справедливых возможностей для лидерства, и — что наиболее важно — исправлении всего этого с помощью обновленной политики и применимого законодательства.

Цель № 6 — Чистая вода и санитария

Защита источников воды и обеспечение надлежащей санитарии лежат в основе здоровых систем — социальных, экологических и экономических. Эта цель направлена на обеспечение доступа к чистой питьевой воде и надлежащей санитарии, сохранение водных ресурсов и сокращение дефицита воды, а также интеграцию новых и усовершенствованных систем управления водными ресурсами и защиту экосистем, основанных на воде.

Цель № 7 — Доступная и чистая энергия

Эта цель направлена на обеспечение всеобщего доступа к чистым и возобновляемым формам энергии. Для достижения этого необходимо международное сотрудничество, направленное на обмен новыми инновационными технологиями и инфраструктурой для надежного снабжения этой энергией.

Цель № 8 — Достойный труд и экономический рост

Используя технологии, диверсификацию и рынок с добавленной стоимостью, эта цель направлена на обеспечение продуктивной и устойчивой занятости и экономического роста для всех.

Цель № 9 — Промышленность, инновации и инфраструктура

При правильном построении инновационная промышленность и инфраструктура могут усилить здоровые конкурентные силы и стимулировать экономический рост. Технологии будут иметь важное значение для улучшения коммуникаций, транспорта, цепочек поставок и других ключевых инфраструктур. Развитые страны несут дополнительную ответственность за оказание помощи уязвимым общинам в рамках этого процесса.

Цель № 10 — сокращение неравенства

Вот уже много лет неравенство в благосостоянии продолжает увеличиваться, в результате чего наиболее уязвимым группам населения приходится бороться с такими последствиями, как крайняя нищета, отсутствие продовольственной безопасности и плохое состояние здоровья. Цель 10 направлена на достижение устойчивого роста доходов 40% населения планеты, находящегося в самом низу, создание равных возможностей и принятие политики, обеспечивающей финансовую защиту всех.

Цель № 11 — Устойчивые города и сообщества

По мере того, как население планеты продолжает расти, все больше и больше людей переезжают в города. Урбанизация потенциально может стать здоровым и эффективным вариантом решения проблем, связанных с ростом численности населения, но должна быть “инклюзивной, безопасной, жизнестойкой и устойчивой”. Это означает обеспечение безопасного и доступного жилья и транспорта, внедрение передовых методов планирования и развития при одновременной защите наследия и культуры, а также создание обширных систем парков для здорового образа жизни и инклюзивности.

Цель № 12 — ответственное потребление и производство

Слишком долго наши рынки основывались на неустойчивой и безотчетной практике, приводящей к ненужным отходам, загрязнению и несправедливым рыночным условиям. Создание эффективных и надлежащих процессов управления значительно уменьшит деградацию окружающей среды и улучшит экономическую целостность.

Цель № 13 — Действия в области изменения климата

Понятно, что антропогенное изменение климата наносит и будет продолжать наносить чрезмерный ущерб нашим социальным, экономическим и экологическим системам, если мы не будем действовать быстро. Мы должны разрабатывать устойчивые и адаптивные решения текущих проблем, одновременно рассматривая прогнозируемые последствия климатического кризиса. Чтобы обеспечить безопасность и процветание для всех, страны должны принять политику и стратегию, ориентированную на изменение климата. В дополнение к национальной политике для достижения целей в области безопасного климата необходимо климатическое просвещение как на личном, так и на институциональном уровнях.

Цель № 14 — Жизнь под водой

Цель №14 обязывает защищать важные экосистемы и ресурсы в океанах путем значительного сокращения загрязнения, защиты морских популяций и

управления ими, а также регулирования промышленных методов. Многие из этих целей могут быть достигнуты за счет совершенствования технологий, исследований и международных морских законов.

Цель № 15 — Жизнь на суше

Подобно цели №14, Цель № 15 обязывает защищать все наземные экосистемы и управлять ими с помощью устойчивых методов. “Жизнь земли” направлена на то, чтобы остановить утрату биоразнообразия, бороться с опустыниванием и обратить вспять деградацию земель.

Цель № 16 — Мир, справедливость и сильные институты

Эта цель гласит, что мы должны строить мирные и инклюзивные общества, в которых правовые системы работают для всех, независимо от пола, расы, класса, гендера или возраста. Мы должны бороться с организованной преступностью, обеспечить, чтобы у всех граждан были индивидуальности и права, и усовершенствовать законы, чтобы они были инклюзивными.

Цель № 17 — Партнерство во имя целей

Ни одна страна, сообщество или отдельный человек не могут достичь этого в одиночку. Для реализации этих целей мы должны укреплять существующие отношения, работать сообща и поддерживать друг друга. Это означает, что развитые страны должны мобилизовать слаборазвитые страны и оказать им помощь для достижения наших глобальных целей.

Как будто эти цели были недостаточно высокими, рост заболеваемости COVID-19 негативно повлиял на прогресс, достигнутый во многих из этих целей, одновременно подтверждая настоятельную необходимость их достижения. Однако, как мы убедились в прошлом году, перед лицом настоящих невзгод наше глобальное сообщество может достичь удивительных и, казалось бы, невыполнимых целей, объединившись.

В “17 способах” мы сосредоточены на предоставлении возможностей компаниям, ориентированным на достижение ЦУР, путем создания двусторонней онлайн-площадки. Мы создаем бизнес-сообщество для общения профессионалов-единомышленников. Наша поисковая система позволяет легко находить B-corps, MWBE и других поставщиков услуг, основанных на ценностях, в различных областях. Разрабатывая этот инструмент, мы надеемся продвинуться вперед в достижении целей 5, 8, 10 и 12.

Список использованной литературы:

1. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций. Утверждена резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года ООН [сайт]: URL: www.un.org/ru.
2. Дробот Г. А. Проблема глобального управления в контексте теории международных отношений // Век глобализации. 2011. № 2. С. 41-52.
3. Ильин И. В., Урсул А. Д. Эволюционная глобалистика (концепция эволюции глобальных процессов). М. : Изд-во МГУ, 2019.
4. Ильин И. В., Урсул А. Д. Глобальные исследования и эволюционный подход. М. : Изд-во МГУ, 2021.
5. Итоговый документ Конференции ООН по устойчивому развитию «Будущее, которого мы хотим» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru/sustainablefuture>.

6. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_wssd.shtml.
7. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). М. : Прогресс, 2019 г.
8. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_wssd.shtml.
9. Мартин Г. Т. Всемирное правительство // Глобалистика: Энциклопедия. М. : Радуга, 2020. С. 142-143.
10. Урсул А. Д. Контуры безопасно-устойчивого развития: размышления после саммита Рио+20 // Безопасность Евразии. 2012а. № 2. С. 99-116.
11. Дробот Г. А. Проблема глобального управления в контексте теории международных отношений // Век глобализации. 2020. № 2. С. 41-52.
12. Ильин И. В., Урсул А. Д. Эволюционная глобалистика (концепция эволюции глобальных процессов). М. : Изд-во МГУ, 2019.
13. Ильин И. В., Урсул А. Д. Глобальные исследования и эволюционный подход. М. : Изд-во МГУ, 2012 г

УДК 657

ІС-БУХГАЛТЕРИЯ БАҒДАРЛАМАСЫНДА ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕКЕМЕЛЕРДЕ ЕНБЕК АҚЫНЫ ЕСЕПТЕУ ТӘСІЛІ

ОнгарбекД.Р., Хусанов Ж.А., Ирисметов Р.Р.
Ғылыми жетекшісі: аға оқытушы Ажибекова А.Д.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Аннотация: Заработная плата представляет собой оплату за выполненную работником работу в соответствии с размером, указанным в трудовом договоре и должностных инструкциях.

Summary: Wages represent payment for work performed by an employee in accordance with the amount specified in the employment contract and job descriptions.

Жалақы – бұл еңбек шартында және лауазымдық нұсқаулықтарда белгіленген көлемге сәйкес қызметкердің орындаған жұмысы үшін төлем. Еңбектің жеке және ұжымдық нәтижелері үшін төлем жасалуы мүмкін. Бұл ретте жұмыс беруші белгілеген жалақының мөлшері заңда белгіленген ең төменгі жалақыдан төмен бола алмайды [1].

Тәжірибеде еңбекақыны ұйымдастыру екі негізгі нысанды – уақыт бойынша және кесімді ставканы пайдаланады. Уақытша еңбекақы қызметкерге белгіленген тарифтік мөлшерлеме бойынша немесе нақты жұмыс істеген уақыты үшін жалақы төленеді. Мысалы: Кәсіпорындағы бухгалтердің бес күндік жұмыс кестесімен істегені үшін 300 000 теңге лауазымдық жалақысы бар, жұмыс аптасы 5 күндік. Егер есепші айдың барлық жұмыс күндерінде жұмыс істесе, оған толық жалақы – 300 000 теңге төленеді. Егер кәсіпорында төленбеген себептер бойынша ол бір айда 15 күн жұмыс істеген болса, бір айдағы жұмыс күндерінің саны 22 болса, онда оған еңбекақы тек жұмыс істеген уақыты үшін есептеледі. Есептелген жалақының шамамен есептеуі келесідей болады:

300 000 теңге / 22 күн x 15 күн = 204 545,54 теңге.

Кесімді еңбекақы кезінде қызметкерге әрбір орындалған жұмыс немесе өндірілген өнім үшін алдын ала белгіленген сома төленеді. Әрбір өндірілген өнім үшін жұмысшыға 500 теңге төленеді делік. Бір ай ішінде бұл жұмысшы 65 өнім шығарды. Оған есептелген жалақы мынаған тең болады:

65 өнім x 500 теңге = 32 500 теңге.

Жалақыны есептеу кезінде ұйым еңбекақы бойынша шығыстар мен міндеттемелерді есептелген жалақы сомасында таниды. Бұл бухгалтерлік есепте мыналарды орналастыру арқылы көрсетіледі: Дт 7210 «Әкімшілік шығыстары» Кт 3350 «Еңбекақы бойынша кредиторлық берешек»;

Тұрақты жұмыс және жалақы.

Қызметкерлерге жалақыны төлеу үшін 1С бағдарламада Кадровый учет прием на работу формалы анықтамалар толыру қажет. Осы формадағы құжаттың екі параметрі толырылады: жұмысқа қабылдау ай, күні, бөлімшесі мен лауазымы толтырылады. Начисление терезесінде есептеудің түрі мен айлық жалақының көлемі қойылады. Мысалы 1С жүйесінде келесі қызметкерлерді жұмысқа қабылдаймыз ол бұйрығын реттеп шығару қажет:

Ген.директор Иванов Иван каторович айлығы 150000 тнг;

Бас бухгалтер Петрова Катерина Петровна айлығы 130000 тнг;

Начальник отдела кадров Максатов Абай Ергалиевич айлығы 100000

тнг

Кассир Авдеева Роза Александровна айлығы 56000 тнг;

Кадрлық қозғалысы кадрлық есеп терезесіне кіреміз [2].

Кадрлық есеп – терезесінде - Кадрлық ауысу қызметкер бір бөлімшеден басқа бөлімшеге ауысады, және қызметкерге қосымша жалақы төленді, олардың түрін таңдаймыз: зиян үшін, мерекелік күні жұмыс істеген үшін, бөлім меңгергені үшін, түнгі жұмыс мерзімінде істеген үшін мекеменің басшының бұйрығымен бастау батырманы шерту үстем ақы мөлшері 1% БДО базалық лауазымдық жалақы мөлшермесі (БДО 17697 тенгені құрайды) немесе тұрақты сомамен - ол жалақының бір бөлігін соммалық мөлшерімен көрсетеді, мысалы 20000тг.

↳ Записать ↳ ОК; Мысалы: сатушы Алиева А.Б.- ны өткізу бөлімшесіне сату бойынша менеджер лауазымына ауыстыру бұйрығымен 165000 тенге айлық еңбек ақысымен(директордың бұйрығы П/П № 12 03.03.2020 жылы шықты. Жұмыстан босату бұйрығын мынау төмендегі әдіспен қолдану қажет. Жұмысты аяқтағаннан кейін қызметкерге жұмыстан босату туралы мекеме басшысы жұмысты тоқтатуды бұйырады. ҚР заң аясында №50 өз еркімен немесе өзге де жағдайлар мен босатады.

Кадрлік есеп - Шығару- параметрлер толтырылады. Соңғы жалақыны бергеннен кейін еңбек ақы бойынша толық есеп айырысқаннан кейін осы қызметкерге жалақы есептелінбейді. Мысалы: 28.12.2022 жылы сату бойынша менеджер Алиева А.Б. өз еркімен жұмыстан № 100/13 бұйрығы бойынша босатылды. Кәсіпорынның іссапарлары

Кадрлік есеп - іссапарлар уяшық арқылы жүргізіледі. Қызметкер басшының бұйрығымен іссапарға аттанады, ол үшін мына параметрлер толтырылады:

- Іс сапарларлық орыны мекен жайы
- Мақсаты
- Қызметкерлердің тізімі
- Жіберу мақсаты-ок шертіп іссапарлық төлқұжат бейнеде шығады.

Мысалға: №13 директордың бұйрығымен 03.2017 жылы іс сапарға маркетинг Ной У.Ю. Астана қаласына кері тексеруге 5 күнге ЖШС «Асемайға» аттануы тиіс, ол № 22201100000 картшот арқылы Халық банктегі шотына аударылды, ол мынау төмендегі шығыстарға берілді:

1. Жол күре (2 жаққа Шымкент-Астана---Астана-Шымкент поезд)10000 тнг,
2. жатақхана (1 күндік)4000 тнг мейманхана тұбіртегі қосым;
3. тәулік 1 күнге 4 АЕК(4 X 3450 тнг= 13240 x5=65040 тнг) .[5]

Аванстық есеп беруді 1С жүйесінде құрамыз. Ол үшін Банк және касса терезесінде аванстық есеп беру толтырылады. Еңбек ақы есептеуге дайындық Еңбек ақыны есептеу үшін қызметкер жұмысқа қабылдау үшін өтініш жазады. Бухгалтерияға келесі құжаттарын тапсырады:

1. Жұмысқа қабылдау туралы өтініш, қызметтік лауазыммен айлық жалақысы айтылады

2. Резюме

3. Еңбек кітапшасы

4. Зейнет ақы қорымен келісім

5. Банктік карточкалық шот

6. Қызметкердің төл құжаты міндетті түрде тапсырылады.

Өндірістік кестені реттеу үшін Өндірістік кестені реттеу қажет [3].

Зарплата - Настройка начислений - Производственный календарь- первоначальное заполнение батырманы шерту қажет, сондайақ бул формада жұмыс күндер бар, Мерекелік күндер, кестелік күндер Записать-печатать батырманы шерту.

Еңбек ақыны есептеу тәртібін қарастырамыз: Есептік жылдың басында зарплата- регламентированные расчетные показатели за 2023 год реттеу [4].

Еңбек ақыны есептеу үшін кадрлар қызметкері айдың аяғында істелген күндердің жиынын жұмыс күндердің есептеу таблицасы есепшіге бекітіп тапсырады, ол арқылы еңбек ақы қызметкерлерге есептеледі. Зарплата- Начисление зарплаты терезеде. Терезесінде добавить (добавить) қосу нүктесін шертіп қажетті батырмаларды шертіп толтырамыз, күндерді іс жүзінде қойып шығамыз, ол көрсеткіштерді басшының қолымен бекітілген таблицаны арқылы қойылады. Заполнить- батырмасын шерту- по списку

работников-выполнить? шерту- Да. -Тышқанды екі рет шертеміз- автозаполнение батырманы шертіп рассчитать батырмасын шерту қажет.

-рассчитать-записать-ОК құжаттың төменгі жағында ОК бухгалтерлік есепте операцияларды айқындау сонымен ОК батырмасын шерту, кейін мынау проводкалар туындайды Дт 7210 Кт 3350- ОК

2) Расчет ИПН и ОПВ еңбекақыны есептеу сияқты осы әдісімен қайталаймыз.[7]

3) Расчет СН и СО- Соц.отчисления дәл осы әдісімен толтырамыз

4) Бухгалтерский учет зарплаты – еңбек ақыны проводкалары айқындалады отражение зарплаты терезесін шертіледі, сондайақ- автотолтыру – барлық қызметшілер бойынша, ия деп таңдай отырып, бейнеде барлық айқындалған проводкалар реттеп шығарылады: есептелген еңбек ақы, еңбек ақыдан ұсталынған сомалар, аударымдар ӘС және ЗАҚ- ОК.

5) Зейнет қордың есебі-ЗАҚ – қорға аудару - жана қатарды толтыру, еңбек ақыны есептеу сияқты- ОК батырманы шерту, жоғарғы панельде жайғасатын - ввести на основании терезені шереміз. Құжаттардың тізімдеменің ішінен шыққан төлем тапсырма, құжаттың параметрлеріне жауап беру, барлық параметрлерін толтырамыз төленді жалаушасын шертеміз, ол тапсырманы банк және касса.

6) Әлеуметтік сақтандыру есебі - Учет социального налога - терезесінен табамыз перечисление СО в фонды - жаңа қатарды осы жоғарыдағы әдіспен қайталаймыз - ОК, жоғарыда жайғасқан белгінің көмегімен - ввести на основании төлем - шыққан төлем тапсырманы дәл жоғарғыдай шыққан төлем тапсырманы толтырамыз, барлық параметрлерге жауап береміз төленді жалаушаны белгілейміз.

7) Барлық аударымдарды жасағаннан кейін жалақыны аударамыз, ол үшін меню - Платежная ведомость - Зарплата к выплате организации, керекті параметрлерді толтырып төлемнің түрін таңдау қажет; -1 кассадан қолма қол ақшамен - 2 әр қызметкердің жеке банктік шотына ақша аудару тәсілімен- меню автотолтыру белгісі шертіледі. Банктен шот ашқан қызметкерлердің есеп шотына белгіленген банкке аудару, суммой к выдаче батырмасының көмегімен қызметкерлердің қолына берілетін сома бейнеде шығып көрсетіледі, келесі операция - құжат арқылы басқа құжат енгізу- төлем тапсырма көмегімен берілген төлем тапсырма реттеп шығару – қызметкерлердің картшотына ақша қаражаттар тізімдеменен шығады. Печать - батырмасы арқылы қызметкерлердің тізімі реестр сотрудников қолына берілетін сомаларымен бірге реттеліп шығады---ОК, егер мекеменің шотында ақша қаражаттар толық болса, электронный банкинг арқылы бір мезетте аударуға болады; 2 әдіс- электронный банкинг болмаған жағдайда swiftfile арқылы банкке көшірмені алып барамыз ,банк өзінше әр қызметкерлердің жеке карт.шоттарына ақшаны аударды-ОК. Контрольная ведомость отражения зарплаты в регламентированном учете еңбек ақыны дурыс есептелгені осы терезе арқылы бақылау жүргізіледі, қандай

салықтар аударылғаны, әр қызметкердің қолына аударылған жалақы, берілмей қалған ақша қаражаттар қалдығы көрсетіледі [5].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1.Е.В.Михеева, О.И.Титова. Информационные технологии в профессиональной деятельности экономиста и бухгалтера. Экономика и управление. М.: АСАДЕМА, 2018 г.
- 2.Ержанов М.С., Ержанова А.М. Основы бухгалтерского учета и новая корреспонденция счетов. Алматы, 2019 г.
- 3.Назарова В.Л. Бухгалтерский учет хозяйствующих субъектов. Алматы, 2005г.
- 4.Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях / Учебное пособие. – Алматы,2019г.
- 5.Пакет документов (учебная литература), прилагаемый к программному продукту 1С:Бухгалтерия (в первую очередь «Руководство пользователя»).

ӘОЖ 005

БАСҚАРУШЫЛЫҚ ШЕШІМ ҚАБЫЛДАУ ПРОЦЕСІНДЕ АҚПАРАТТЫҢ РӨЛІ

Орынбек С.Б., Әсілхан Қ.Ә., Уктам З.О.
Ғылыми жетекші: PhD, аға оқытушы Ким Л.Н.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Развитые страны в настоящее время претерпевают информационно-компьютерную революцию. Прогресс был связан с накоплением интенсивных интеллектуальных потенциалов или информации. Так же необходимо обеспечение информацией для разных видов человеческой деятельности, так же, как и кадровые, материальные и энергетические ресурсы. В сфере производства информация, обмена и обращения информация становится приоритетным ресурсом.

Summary: Information is a collection of any information, specifications, facts, data on relevant items, events, processes, relationships, events, etc., collected and systematized in a usable form. I believe that it is the basis of control. Management information - it's part of social information, which is isolated from its total body fitness criteria for maintenance of state-legal processes of formation and implementation of control actions.

Қазіргі уақытта дамыған елдер ақпараттық-компьютерлік революцияға ұшырауда. Прогресс интенсивті интеллектуалды потенциалдардың немесе ақпараттың жинақталуымен байланысты болды. Кадрлық, материалдық және энергетикалық ресурстар сияқты адам қызметінің әртүрлі түрлері үшін ақпаратпен қамтамасыз ету қажет. Өндіріс, ақпарат алмасу және айналым саласында ақпарат басым ресурсқа айналады.

Әлеуметтік зерттеулерге сәйкес, менеджер жұмыс уақытының 55-тен 80% - на дейін басқа адамдармен араласады. Жоғары деңгейдегі менеджерде байланыспен айналысатын жұмыс уақытының пайызы 95% дейін жетеді. Мұндай жағдайларда тұлғааралық қарым-қатынас дағдыларының болмауы менеджердің және жалпы ұйымның кәсіби қызметінің тиімділігін күрт төмендететіні анық.

Барлық қызметкерлер күн сайын ұйымда ақпарат алмасу процесіне қатысады және байланыс процесінің тиімділігі жалпы бизнестің сәттілігіне әсер етеді. Егер ұйымда ақпарат алмасу процестері бұзылса, онда ұжымдық іс-әрекеттің келіспеушілігі бірден пайда болады.

Қазіргі жағдайда байланыс қосымша күн құрудың факторы болып табылады. Байланыс процестерінен туындайтын күн ұйымның беделі, патенттер, негізгі құзыреттер, сауда белгісі, әлеуетті қызметкерлер түрінде көрінеді. Менеджменттегі коммуникация процестерін жетілдірудің негізгі бағыттары коммуникативті жетілдіру дағдылары болып табылады.

Адамдар ұйымға жеке мақсаттары мен мүдделерін басшылыққа ала отырып келеді. Ұйымдардың да өз мүдделері мен мақсаттары бар. Ұйым ішінде, адам жұмыс істеген кезде ұйым мен персоналдың мақсаттары келісіледі. Бұл процесте ақпарат технологиялық негіз болып табылады, оның көмегімен бұл келісім жасалады.

Ақпарат белгілі бір қасиеттер мен сипаттамаларға ие болуы керек, менеджменттің технологиялық негіздерін орындау үшін әр түрлі ақпарат көздері қолданылады.

Әлеуметтік басқаруда Ақпарат негізгі элемент болып табылады. Кибернетика тұрғысынан басқарушылық шешімдер қабылдау процесі ақпаратты өңдеуге және беруге дейін азаяды.

Егер хабарламада құбылыстар, заттар туралы қандай да бір ақпарат болса, онда оны ақпарат деп түсінуге болады. Бірақ ақпараттың нақты тұжырымдамасы әлі жоқ.

Әлеуметтік басқару әдебиеттерінде "деректер" және "ақпарат" сияқты ұғымдар бар.

Басқару процесінде объектідегі оқиғаларды тікелей бақылау арқылы алынған мәліметтер бастапқы ақпарат деп аталады. Олар белгілер, сандар, таңбалар түрінде бекітіледі.

Бұл ұғымдар өте жақын, бірақ бірдей емес. Ақпарат-бұл деректерді өңдеу нәтижесінде алынған ақпарат. Деректер-бұл ақпарат шығатын сигнал. Осы жерден Ақпарат басқару қызметінің өнімі деп қорытынды жасауға болады.

Бұл өнім беру және сақтау объектісі болып табылады және соңғы ақпарат ретінде анықталады. Математикалық статистика әдістерін қолдана отырып, ақпараттық процестер ықтималдық ретінде зерттеледі.

Семантикалық мазмұн әлеуметтік ақпаратты түсінудің маңызды элементі болып табылады.

Ақпарат-бұл статика мен динамикадағы күйді сипаттайтын басқарудағы объект пен субъект арасындағы байланыс. Ақпарат неғұрлым толық және объективті болса, басқарушылық шешім соғұрлым тиімді болады.

Мұндағы ақпарат әртүрлі хабарламалар, мәліметтер, заттар, құбылыстар, процестер, қатынастар және т.б. туралы мәліметтер жиынтығы ретінде қарастырылады. Ғылыми категория ретінде ақпарат бірнеше белгілермен сипатталады, мысалы, өңдеуге жарамдылық, субъектіде сақтау, көлемді қысу, интеграция, жүйелілік, коммуникативтілік.

Ақпарат өте алуан түрлі, әсіресе мемлекеттік органда айналатын ақпарат. Ол әртүрлі жағдайларға жатады: экологиялық, экономикалық, әлеуметтік-саяси. Егер аймақтық басқару құрылымдары орган ретінде әрекет етсе, онда ақпарат олар үшін тәуелсіз құндылыққа ие. Барлық қажетті ақпарат анықтамаларда, шолуларда, заңды шешімдерде, қызметкерлердің санасында бар.

Жетілдіру тәсілдері мен бағыттары:

Ақпараттың барлық қажеттілігін ұйымның барлық деңгейлеріндегі басшы ұсынады, мейлі ол өзінің немесе оның қарамағындағылар болсын. Көшбасшы өзінің және басқа тұтынушылардың сапалық және сандық жақтарын бағалай білуі керек, сонымен қатар ақпарат алмасуда "көп" және "аз" деген не екенін анықтауы керек.

Ұсыныс жинау жүйесін әзірлеу ақпараттың жоғарыға түсуін жеңілдету мақсатында құрылған. Барлық жұмысшылар идеяларды қалыптастыруға қол жеткізе алады. Мақсат-төменнен жоғарыға қарай идеяларды елемей және трендтің өткірлігін төмендетуді сүзу.

Компания қызметкерлері өз ұсыныстарын арнайы қорапта жасырын түрде бере алады. Фактілерді растау тетіктері жиі болмағандықтан, бұл опция тым тиімді емес деп саналады. Бұл бағдарлама қызметкерлерге олардың ұсыныстарын қабылдау немесе қабылдамау себептерін түсінуге мүмкіндік береді, ал ол ынталандыруды қамтамасыз етеді және механизмдері бар.

Ақшалай сыйақы алу мүмкіндігі де бар.

Ұсыныстарды жинау жүйесі басқа жолмен жасалуы мүмкін. Телефон желісі арқылы қызметкер сұрақтар қойып, анонимді түрде қоңырау шала алады, мұндай желіні ұйымдар қолдана алады.

Ұсыныстарды жинау жүйесін басқа жолмен жасауға болады. Ұйымдар жеке телефон желісін орналастыра алады, ол арқылы қызметкер анонимді түрде қоңырау шалып, лауазымға тағайындау және жоғарылату туралы сұрақтар қоя алады. Кейде менеджер сіз қойған сұрақтарға бірден жауап береді. Жауаптар жұмысшыларға жіберіледі немесе ақпараттық бюллетеньде басылады. [1].

Басқа нұсқада кездесіп, мәселелерді талқылайтын өзара мүдделерді білдіретін басшылар мен қызметкерлер топтарын құру көзделеді.

Ақпарат алмасуды жетілдіру жөніндегі басшының мысалы ретінде ақпараттық ағындарды реттеу болып табылады. Басқалары бар. Мысалы, алдағы өзгерістерді, жұмысты бөлуді талқылау үшін басшылар қысқа кездесулерге қатыса алады.

Сол мәселелерді шешу үшін басшылар бағыныштылардың қатысуымен кездесудің басқа нұсқаларын қалауы мүмкін. Көптеген ұйымдар мұны талап етеді. Басшымен немесе әріптестерімен байланысқа түсу үшін бағыныштылар осындай қадамдар жасайды. Осы мысалдардың барлығы контроллер рөлдерінің мәнін көрсетеді.

Ақпараттық алмасуда басқарушылық іс-қимылдың қосымша мүмкіндіктері бақылауды жүзеге асыру және жоспарлауды қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Қосымша іс-шараларға жоспар бойынша жұмыс барысын бақылау, жаңа жоспарларды талқылау және нақтылау кіреді.

Тиімді жұмыс істейтін басшылар хабарламалардың төмен қарай өтуіне және оларды сол жерде қабылдауға кепілдік беретін ойластырылған байланыс жүйелерін құру арқылы өздері мен бағыныштылары арасындағы алшақтықты жояды. Осы сауалнаманы жүргізу үшін басшылар мен жұмысшылардан ақпарат алу үшін көптеген сұрақтар бар: 1) олардың қызметінің мақсаттары оларға жеткізілді ме; 2) олар ықтимал немесе нақты сипаттағы мәселелермен бетпе-бет келуі немесе соқтығысуы мүмкін; 3) олар жұмысқа қажетті уақтылы және дәл ақпаратты ала ма; 4) ашық па ұсыныстар үшін олардың басшылары; 5) олардың жұмысына әсер ететін алдағы өзгерістер туралы хабардар ма. [2].

Ақпарат-бұл тиісті нысандар, құбылыстар, процестер, қатынастар, оқиғалар және т.б. туралы кез-келген мәліметтер, сипаттамалар, фактілер, мәліметтер жиынтығы. Менің ойымша, бұл басқарудың негізін құрайды. Басқарушылық ақпарат-бұл басқарушылық әсерді қалыптастыру мен іске асырудың мемлекеттік-құқықтық процестеріне қызмет көрсетуге жарамдылық критерийлері бойынша оның жалпы массивінен бөлінген әлеуметтік ақпараттың бөлігі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Процесс принятия управленческого решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://menegmf.ru/> (Дата обращения 20.12.13)

2. Анализ и моделирование процессов управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infomanagement.ru/lekcyi/5/1> (Дата обращения 23.12.13)

ӘОЖ 005

ҰЙЫМ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРІНІҢ ҚАТЫСУЫ МОТИВАЦИЯНЫҢ ЕҢ ЖОҒАРЫ ДЕҢГЕЙІ РЕТІНДЕ

Өтеулі Ә.Б., Дүйсеков А.Б., Азамат Е.Е.
Ғылыми жетекші: PhD, аға оқытушы Ким Л.Н.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Бұл мақалада қызметкерлердің қатысуы ұйым қызметкерлерін ынталандырудың ең жоғары деңгейі ретінде қарастырылады.

Summary: This article examines the involvement of personnel as the highest degree of motivation of employees.

Қазіргі жағдайда персоналды ұтымды және тиімді тарту мәселесі барған сайын танымал бола түсуде, әсіресе бұл Ресей үшін маңызды, ірі, дамып келе жатқан компанияларға бай, бірақ персоналды ынталандырудың тиімді әдістеріне бай емес.

Сонымен, қатысу дегеніміз не? Қатысу-бұл қызметкерлерді өз жұмысын мүмкіндігінше жақсы орындауға ынталандыратын эмоционалды және интеллектуалды күй. Қатысу ең жоғары деңгей болып саналады, егер адам өз

компаниясына риза болса, оны орналастырады және мүмкіндігінше жақсы жұмыс істеуге тырысады. Мұны кәсіпкерлік модельмен салыстыруға болады, онда қызметкер компанияның бизнесін өзінің бизнесі ретінде қабылдайды және оның өркендеуіне үлес қосуды өзінің міндеті деп санайды. Осылайша, қатысуды қызметкерді өз жұмысын мүмкіндігінше жақсы орындауға итермелейтін компанияның эмоционалды және интеллектуалды міндеттемесінің күйі ретінде анықтауға болады.

Қызметкерлердің қатысуын дамыту көптеген жағымды салдарларға байланысты, мысалы: жұмысқа деген құлшыныстың артуы, демек, еңбек өнімділігінің артуы, айналымның төмендеуі, белсенділіктің пайда болуы және қызметкерлердің өз міндеттемелерін асыра орындауға дайындығы. Сайып келгенде, мұның бәрі компанияның өркендеуіне және бизнестің табысты дамуына әкеледі [2].

Қатысу компанияның күш-жігеріне де, қызметкердің өзіне де байланысты. Қатысуға қандай факторлар әсер ететінін және олардың компанияда қаншалықты дамығанын түсіну арқылы бұл процесті басқаруға болады.

Компания қатысуды дамытуға ықпал ететін жағдайлар жасай алады. Бұл қандай шарттар? [3]

Компаниядағы жалпы жағдай, ашықтық пен диалог атмосферасы қатысуға өте қолайлы.

Компанияның дәстүрлері және пікір көшбасшыларының жеке мысалы.

Қызметкерлерді ақпараттандыруға қатысты саясат.

Компанияның нақты мақсаттарын тұжырымдау.

Кәсіпорынның кадр саясаты.

Қызметкердің мансаптық өсу жүйесі.

Компания саясатына әсер ету мүмкіндігі қатысуға барынша ықпал етеді.

Жалпы жағдай тек елде ғана емес, әлемде де бар.

Қатысуды қалыптастыру компанияның әрбір жеке қызметкері үшін таза жеке процесс болуы керек.

Әрбір қызметкердің өзіндік темпераменті, өзіндік дүниетанымы және өмірге деген көзқарасы бар, сондықтан барлық қызметкерлерді ынталандыруға және тек материалдық емес сыйақылармен жұмыс процесіне тартуға болмайды. Кейбір қызметкерлер үшін тек материалдық ынталандыру (сыйлықақылар, бонустар) басым болады.

Қызметкерлерді тарту процесін дұрыс және сәтті құру үшін қызметкердің өзін зерттеуге, оның қажеттіліктері мен өмірлік құндылықтарын зерттеуге мұқият қарау керек.

Компания басшысы персоналды тартумен тікелей айналысуы керек, өйткені ол тек бүкіл компанияның бет-бейнесі болып табылады және осы кәсіпорынның барлық қызметкерлері оған ғана теңестіре алады. Компания басшысы осы жұмыстарға тікелей қатыса алатын және қызметкерлерді одан әрі, перспективалы жұмысқа ынталандыратын қосымша тұлғаларды персоналды тарту жобасын әзірлеу үшін қабылдай алатыны сөзсіз.

Көптеген жұмыс берушілер жұмысқа тартудың артықшылықтарын – кадрлар құрамының тұрақтылығын, талантты қызметкерлерді тарту және ұстап қалу шығындарының төмендеуін, жоғары еңбек өнімділігін бағалады. Қызметкерлердің қатысуы міндетті түрде клиенттің қанағаттануына әсер етеді, нәтижесінде жалпы бизнестің кірістілігін арттырады [4].

Жарқын мысал ретінде әлемге әйгілі Google атауымен танымал компанияны келтіруге болады. Google сөзбе-сөз 10 жыл ішінде "Жақсылық корпорациясына" айналды және көптеген бизнес сарапшылары оның жетістіктері мен Google-дің соңғы 15 жылдағы үлкен өсу қарқынына қатты таң қалды [1].

Мұны келесі сандар растайды.

Google ресми түрде 1998 жылы ашылды;

Қазіргі уақытта ол ақпаратты 195 тілде индекстейді;

Компанияның 2012 жылғы кірісі 50 миллионнан асты;

Орташа алғанда, Google таза кірісті жылына 10% - ға арттырады;

Көрсеткіштер өте әсерлі және іс жүзінде компания пайда мен компанияның кеңеюі бойынша IT саласындағы сөзсіз көшбасшы болып табылады.

Сонымен, Google табысының құпиясы неде?

Google-бұл ең алдымен адамдар.

Мұндай фразаны ресми сайттан көруге болады. Бұл іс жүзінде толығымен расталады, өйткені Google өз жұмысшыларын өте жоғары бағалайды және оларға үнемі қамқорлық жасайды.

Персоналды қолдау тағы нені білдіреді? Ең алдымен бұл:

Тегін тамақтану;

Кеңседен шықпай медициналық көмек, массаж;

Кеңсе жанындағы спорт кешені;

Қызметкерлердің отбасыларын қолдау;

Білім беруге және кәсіптік даярлауға жұмсалған қаражаттың өтемақысы;

Қайтыс болған адамның отбасы үшін қайтыс болғаннан кейінгі жалақы.

Сондай – ақ, жұмыс кеңістігін тамаша ұйымдастыруды және көптеген қызметкерлерде нормаланбаған жұмыс күнін атап өткен жөн-бастысы-кеңседе күніне белгілі бір сағат жұмсмау, бірақ тапсырманы орындау.

Бұл компанияның басшылары қызметкерлердің ыңғайлы жұмыс істеуі үшін толық жағдай жасады, оларды табысты жұмыс істеуге ынталандыра алды және қазіргі уақытта қызметкерлердің қатысуымен олар әлемдік атаумен ең ірі компаниялардың біріне айналды.

Қазіргі уақытта ресейлік ұйымдардың басшылары өз компанияларының құнды ресурсы, ең алдымен, қызметкерлердің өздері екенін түсінуі керек. Дұрыс тартылған және ынталы қызметкерлер компанияның жылдық жоспарларын орындап қана қоймай, оларды асыра орындай алады, бұл компанияны және басшының өзін ортақ істің шыңына шығарады.

Осылайша, персоналды тартуды одан әрі зерттеу кәсіпорынды (ұйымды) басқарудың жаңа әдістерін ұсынуға мүмкіндік береді, бұл жинақталған

тәжірибені, құралдарды, персоналды ынталандыру саласындағы міндеттерді шешу үшін заманауи менеджмент тетіктерін қолдануға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мотивация персонала. [Электронный ресурс] // URL: www.hr-portal.ru/ (Дата обращения 08.12.13)
2. HR-квест. Как сделать сотрудников адвокатами бренда. Авторы: Михаил Воронин, Наталья Тихонова и Дарья Кабицкая. Издательство «Манн, Иванов и Фербер», Москва, 2013. — 224 с.
3. Управление персоналом. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.top-personal.ru/> (Дата обращения 08.12.13)
4. Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие / Под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 240 с.

ОӘЖ 657.1/42

КРИПТОВАЛЮТАЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Панова Н.А., Захриддинов П.С., Ермекұлы А.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., аға оқытушы Агабекова Ш.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В статье рассматриваются основные проблемы использования криптовалют.

Summary: The article discusses the main problems of using cryptocurrencies.

Ақша есеп айырысу бірлігі, айырбастау тәсілі және жинақтау құралы ретінде қызмет етеді, ал теориялық және заңды тұрғыдан алғанда сандық активтер ақша емес. Криптовалютада бағаланатын тауарлар аз. Сандық бірліктер есеп айырысу бірлігі және төлем құралы болып табылмайды. Cryptocurrency төлеуге арналған көптеген қосымшалар бар, бірақ бұл мұндай операциялар күн сайын жасалады дегенді білдірмейді. Қаржылық қылмыстар туралы айтпағанда. Барлығын заңдастыру, таңбалауыштар мен монеталардың тұрақтылығы, сондай-ақ сақтандыру мәселелері қызықтырады.

Криптовалюталардың консервативті инвесторларды алаңдататын кемшіліктері бар. Сандық активтер мен блокчейннің артықшылықтары туралы күн сайын көптеген мәліметтер шығарылады. Өзекті мәселелерді анықтау маңызды мәселе болып табылады, өйткені оларды шешу бұқаралық технологиялардың біздің өмірімізге кең көлемде енуіне көмектеседі.

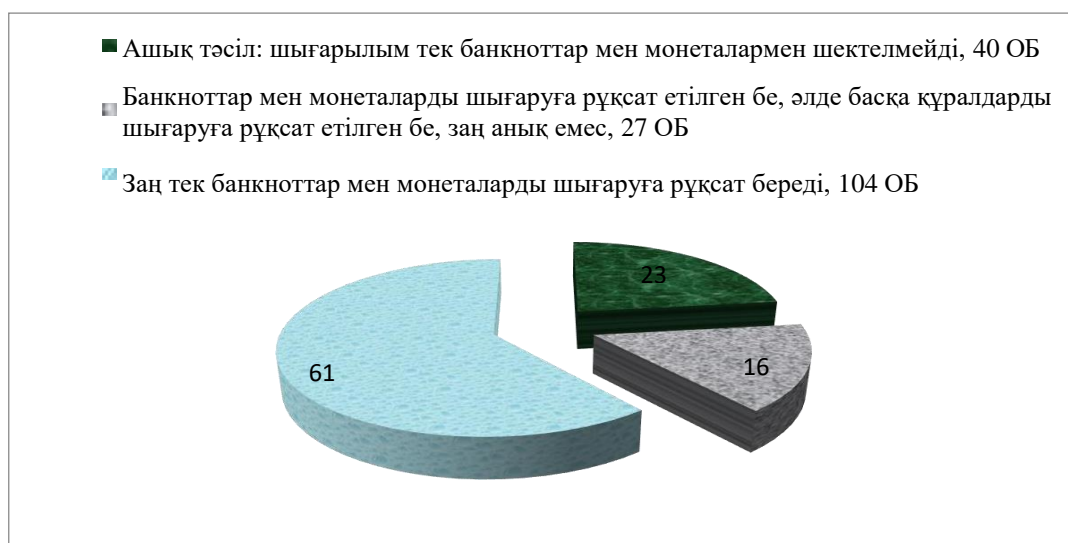
Ішкі бағаның болмауы криптовалюта құнының тұрақсыздығы мәселесі болып табылады. Сандық активтер құрылғаннан бері адамдар блокчейн мен криптовалюталарды талқылап келеді. Кейбіреулер биткоинді жаңа алтын дейді, ал басқалары оны пирамида, көпіршік, алаяқтық деп атайды. Соңғыларының қатарына әлемдегі ең бай адамдардың бірі-миллиардер Уоррен Баффет кіреді. 2008 жылы ол Forbes тізімінде бірінші орынға шықты, 2021 жылдың

қарашасында 6-шы орында, 96 миллиард долларлық акциялар мен басқа да бағалы қағаздарға иелік етеді.

Қорытындылай келе, баға тұрақтылығының болмауы үлкен проблема болып табылады. Оны кез-келген активтерге байланыстыру арқылы шешуге болады. Қатысушылар бұл мәселені өздері шешуге тырысады, монеталар мен токендерді қымбат металдармен, шикізатпен және басқалармен нығайтады. Осылайша, стаблкоиндерді құру жүзеге асырылады. Мұндай қамтамасыз ету, енгізілетін цифрлық активтер тұтынушыларға оң әсер етеді, сенім тудырады. Осылайша тұрақсыздық төмендейді.

Айта кету керек, криптовалютаның тауарлармен айырмашылығы жоқ, себебі сандық активтер АҚШ долларында және басқа Фиат валюталарында болады. Егер ел цифрлық активтерді ақша бірлігі деп таныса, олар ақша болып саналады. Содан кейін қатысушылар несие берушілер алдындағы міндеттерді орындай алады.

Шамамен 80% әлемнің орталық банктері ішкі заңдар негізінде крипто-активтер шығара алмайды. ҚХР үкіметі өзінің Орталық банкіне виртуалды есеп айырысу бірліктерін шығаруға рұқсат бергеніне қарамастан, дсер сандық активі криптовалюта емес.



Сурет 1. Виртуалды валюталарды шығарумен шектелген орталық банктер [1]

Күнделікті адамдар қолданатын есеп айырысу бірліктері заңды төлем құралы атағын алады. Интернетті, смартфондарды, компьютерлерді қамтитын цифрлық инфрақұрылым таңбалауыштар мен монеталарды өңдеу үшін қажетті шарт болып табылады. Алайда, осыған байланысты монеталар мен монеталар нақты ақша бола алмайды.

Логистикаға байланысты сандық активтерде проблемалар бар. Өйткені, хаттамаларды өзгерту ұзақ процесс, бірақ қажет. Осыған байланысты операциялар ағыны бұзылады. Үкімет технологияны заңнамалық деңгейде

қабылдауы керек, өйткені оған дейін криптовалютаға инвестициялау қаупі төмендемейді [2].

Сандық әмияндарда әдетте инвесторлардың таңбалауыштары мен монеталары сақталады. Олар бірегей алгоритмдермен қорғалған. Кіру жеке кілттің арқасында жүзеге асырылады. Активтерді ұрлау мүмкін емес. Бұл үлкен плюс және минус, егер жеке кілт жоғалса, әмиян иесі өз қаражатын біржола құлыптайды.

Бұл минус келесі идеяны тудырды: инвесторларға ақшаны қайтаруға уәде берген адамдар болды. Оларды хакерлер деп атайық. Олар қайтарылған қаражаттың 5-40% мөлшерінде лайықты комиссия алады. Қаражатты қайтарыңыз олар әртүрлі жолдармен тырысады. Кейбіреулер комбинацияларды таңдайды, кейбіреулері жабдықты мұқият зерттейді.

Алайда, шығындарды өтеуге кепілдік жоқ.

Адам факторы адамдардың парақты сандармен жоғалтып, оларды ұмытып, қате жазуы мүмкін екендігіне әсер етеді. Тәуекел, егер әмиянның мекен-жайы дұрыс енгізілмесе, адам бірден қаражатын жоғалтады.

Блокчейн технологиясында цифрлық активтер жұмыс істейді, реттеуші орталық орган жоқ. Инвесторлар цифрлық активтермен транзакциялар жасау кезінде қателік жіберген кезде шығындарды өтеу кепілдігінің болмауынан қорқады.

Сіз бірнеше кит әмияндарының көмегімен күтпеген бағаның өсуіне себеп бола аласыз. Осының арқасында нарықты басқаруға болады. Құбылмалылыққа байланысты криптоактивтер үнемдеудің сенімсіз нұсқасына айналды.

Таңбалауыштар мен монеталардың құны құлдырауы мүмкін. Бұл ақша-несие саясатындағы кейбір өзгерістерді, сондай-ақ ережелерді қабылдауды тудыруы мүмкін. Келесі шаралар проблемаларды болдырмауға көмектеседі (1-кесте):

1-кесте-криптовалюта ұстаушыларының мәселелерін шешуге арналған шаралар

Нені тексеру керек	Әрекет
Мекен-жайы	Алушының шот нөмірін, сондай-ақ жіберілетін сома мен комиссия мөлшерін мұқият тексеру қажет
Әмиян	Құралдарға қол жеткізуді қалпына келтіруге мүмкіндік беретін мнемоникалық фразаны жазыңыз. Активтерді сақтау үшін аппараттық әмияндарды пайдаланыңыз.
Инвестициялар	Асығыс шешім қабылдамаңыз. Ойыңызды салқын ұстаңыз. Алдымен бәрін бірнеше рет ойластырыңыз, талдаңыз, содан кейін әрекет етуді шешіңіз
Портфолио	Бастапқыда жоғалтуға өкінбейтін соманы салыңыз. Криптографиялық инвестицияларда үлкен тәуекел бар екенін есте сақтаңыз. Инвестицияларыңызды әртараптандырыңыз

Қорытынды жасайық. Криптовалюталар жолындағы барлық проблемаларға қарамастан дамиды. Өйткені олар басқа жерде жоқ артықшылықтарға ие, атап айтқанда: орталықсыздандыру, мөлдірлік және икемділік [3].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кочергин Д. А., Янгирова А. И. Цифровые валюты как новая форма денег центральных банков // ЭКО. 2019. № 10. С. 148-171. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2019-10-148-171.
2. Сапожков О., Крючкова Е. Цифровые активы двинулись вспять // Коммерсантъ. 2018. 30 ноября. [Эл. ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3814473>.
3. Кочергин Д. А. Системы электронных денег в финансовых центрах Азии // Мировая экономика и международные отношения, 2017b. Т. 61. № 7. С. 54–63.

ӘӨК 658.61.338

**ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ САЛАСЫНДАҒЫ КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІҢ
ШАҒЫН НЫСАНДАРЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫ**

Магистрант Попов П. А., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Следует отметить, что предпринимательская деятельность в области здравоохранения в совокупности отражает отношения, возникающие между участниками современного экономического процесса при производстве и реализации товаров и услуг медицинского характера на всех этапах организации медицинской помощи.

Summary: It should be noted that entrepreneurial activity in the field of healthcare collectively reflects the relationships that arise between participants in the modern economic process in the production and sale of medical goods and services at all stages of the organization of medical care.

Экономикалық өсуді қамтамасыз етудің қазіргі кезеңінің маңызды тенденцияларының бірі ел халқын тиісті қызметтермен қамтамасыз ететін, сонымен қатар өндірістің қызметтерге деген қажеттіліктерін қанағаттандыратын қызмет көрсету саласын озық дамыту болып табылады. Бұл ретте аталған міндеттерді шешуде кәсіпкерлік қызметтің шағын нысандарына ерекше рөл беріледі. Кәсіпкерліктің алуан түрлілігі оның келесі түрлерін ажыратуға мүмкіндік береді (1-сурет).



1 сурет - Қызмет көрсету саласындағы кәсіпкерлік түрлері

Кәсіпкерліктің бұл негізгі түрлері олардың кіші түрлерін де қамтиды, олар мөлшері, жұмыспен қамтылғандар саны, салалық байланысы және т. б.

Айта кету керек, шағын кәсіпкерліктің мұндай тән белгілері, сатып алушылардың сұраныстарына тез жауап беру қабілеті; көрсетілетін қызметтер ассортиментін жаңарту мүмкіндігі мен тілегі, тауарлар өндірісі және өндіріс технологиясын жаңарту; ресурстарды тиімді пайдалану қабілеті; тиімді кадр саясаты; бюджетке тұрақты салық түсімдерін қамтамасыз ету; әлеуметтік шиеленісті әлсірету-шағын кәсіпкерлікті экономикалық қамтамасыз етудің маңызды факторына айналдырады өсу.

Қазақстанның әлеуметтік, экономикалық және саяси өмірінде болып жатқан өзгерістер қоғамның барлық әлеуметтік институттарына әсер етеді. Экономикалық реформалар жағдайында кәсіпкерлікті дамытуға ғылыми қызығушылық артып келеді. Егер қазіргі экономикаға көшудің басында ғалымдар негізінен кәсіпкерлік қызметтің жұмыс істеуі мен дамуының жалпы процестері мен заңдылықтарын қарастырған болса, қазіргі уақытта бұл мәселенің жеке, нақты аспектілеріне, оның ішінде қызмет көрсету саласындағы кәсіпкерлікті қалыптастыру ерекшеліктеріне ерекше назар аударылады. Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік қызметті дамытудың ерекшелігі, түрлі факторлардың ықпалына байланысты, экономика мен қоғам дамуының қазіргі

кезеңінде зерделеу және түсіндіру ерекше өзекті болып табылатын проблемалардың өзіндік шеңберіне ие.

Қазақстан Республикасының экономикасында құрылымдық қайта құру және жүйелі реформалар жүргізу әлеуметтік бағдарланған қазіргі заманғы экономиканы қалыптастыруға бағытталған. [1]

Әлеуметтік бағдарланған заманауи экономиканы қалыптастыру дегеніміз-өндірісті тұтынушыға бағындыру, қоғамның үлкен сұраныстарын қанағаттандыру. Осыған сүйене отырып, экономиканың әлеуметтік салаларын дамытуға үлкен мән беріледі.

Ғалымдардың зерттеулеріне сәйкес әлеуметтік сала салалары ерекше белгілермен сипатталады:

- олар тауарларды, негізінен қызмет түрінде ұсынады, олардың әсер ету нысаны адамдар және олардың өмір сүру мүмкіндіктері болып саналады;
- пайдаланылған тауарлар үлкен сыртқы әсерлерге ие;
- әлеуметтік саланың осы салаларының қызметі құндылық бағаларын жүйелі пайдалану объектісі болып табылады.

Қазіргі жағдайда әлеуметтік салада кәсіпкерлікті дамытудың негізгі алғышарттары:

- кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру үшін мүмкіндіктер қалыптастыратын заңдық база;
- меншік қатынастарын жетілдіру және олардың қызметіндегі, қызметтің кіріс алуға бағытталуындағы мақсатты көзқарасты өзгерту.

Денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызмет медициналық көмекті ұйымдастырудың барлық кезеңдерінде медициналық сипаттағы тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді өндіру және өткізу кезінде қазіргі экономикалық процеске қатысушылар арасында туындайтын қатынастарды жиынтықта көрсететінін атап өткен жөн.

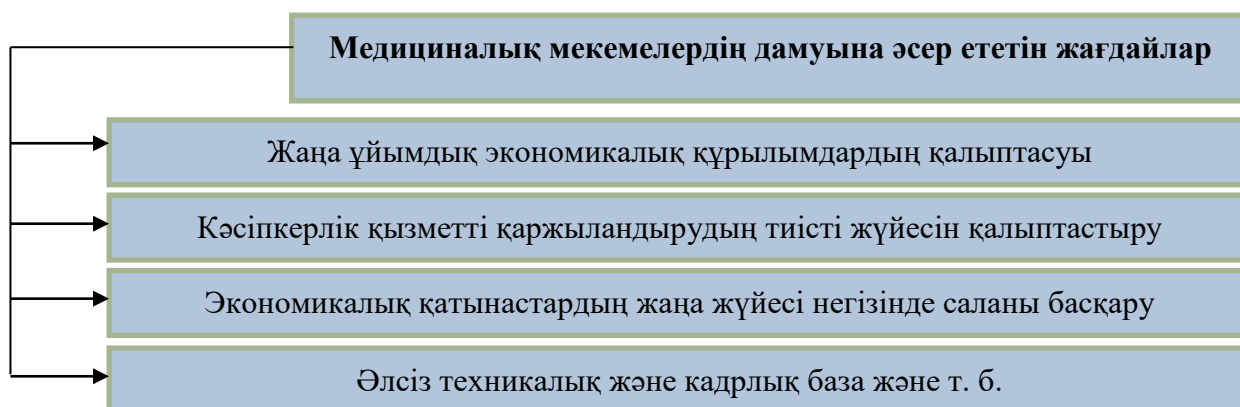
Осыған сүйене отырып, денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлікке қатысты ғылыми әдебиеттерде кеңінен қолданылатын кәсіпкерліктің анықтамасы нақтылауды және толықтыруды қажет етеді.

Біздің ойымызша, денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік медициналық немесе басқа да әлеуметтік қызметтер көрсету арқылы табыс алуға бағытталған жеке және заңды тұлғалардың қызмет түрі ретінде әрекет етеді. [2]

Денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлердің өндіріс көлемі мен қызмет көрсету сапасы халықтың денсаулығына және, сайып келгенде, олардың әлауқатына белсенді әсер етеді. Кеңес Одағы ыдырағаннан кейін Қазақстан Республикасында кәсіпкерлер мен бастамашыл адамдардың күшімен жеке меншікті пайдалануға негізделген денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік секторы дамыды. Бұл ретте денсаулық сақтау саласындағы қызмет тұтастай алғанда қызмет көрсету саласын дамытудың маңызды элементіне айналды. Бұл ретте қоғамның тыныс-тіршілігінің осы саласында мынадай өзекті проблемалар сақталады: халықтың едәуір бөлігінің жоғары бағасына байланысты сапалы медициналық қызметтерге қол жетімділігінің нашарлығы, жекелеген

бағыттарда білікті кадрлардың жетіспеушілігі, қазіргі заманғы талаптарға сай келмейтін техникалық база және т. б.

Қазіргі экономика жағдайында денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызметтің табысты дамуы қызмет көрсету саласындағы экономиканың көп үлгілі болуын қамтамасыз етумен тығыз байланысты. Денсаулық сақтау саласын дамытудың көптүрлілігі меншіктің алуан түрлілігі негізінде медициналық қызметті ұйымдастыруға байланысты. Бұл міндетті шешу үшін Қазақстан Республикасының Үкіметі меншік нысанына қарамастан денсаулық сақтау саласындағы мекемелердің қалыпты дамуына жәрдемдесетін тиісті нормативтік-құқықтық актілерді қабылдады. Біздің ойымызша, схема түрінде медициналық мекемелердің тиімді дамуының келесі шарттарын бөліп көрсетуге болады (2-сурет).



2 сурет - Медициналық мекемелердің даму шарттары

Қазіргі экономикалық ғылыми әдебиеттерде денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызметті дамыту жолдарын және онымен байланысты экономикалық қызмет түрлерін жан-жақты зерттеу әлі жоқ, осы маңызды саланың жай-күйіне жүйелі зерттеулер жүргізілмеген. [3]

Қазіргі экономика жағдайында бұл денсаулық сақтау саласындағы құрылымдық өзгерістер мәселелерін шешетін және жаңа экономикалық принциптер негізінде қызметтердің жаңа түрлерін қалыптастыруға және дамытуға ықпал ететін кәсіпкерлік қызмет. Денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызметті дамытудың ерекше белгілері адам қызметінің осы саласында еңбек нәтижесі заттай емес, қызметтің өзі түрінде болатындығына байланысты (3-сурет).



3 сурет - Денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызмет

Әрине, денсаулық сақтау саласындағы қазіргі заманғы шағын бизнестің қалыптасуы мен дамуы көбінесе қоғамдық өмірдің әлеуметтік-экономикалық құрылымының дамуымен, сондай-ақ ҒТІІ даму нәтижелерін барынша тез қабылдау мүмкіндігімен байланысты.

Денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызмет адамның қасиеттерін кезең-кезеңімен жақсарту, сондай-ақ тіршілік әрекетін қолдау және оның ұдайы өндірілуі үшін қоғам мүшелерінің өмірлік қорын қалыптастыру арқылы оның сапалық сипаттамаларын өзгерту мақсаттарын көздейді. [4]

Қазіргі уақытта денсаулық сақтау саласы қоғамның экономикалық айналымына толықтай тартылуда, бұл қазіргі заманғы негізде кәсіпкерліктің белсенді жұмыс істеуіне ықпал етеді. Бұл ретте, денсаулық сақтау саласының елдегі жалпы экономикалық өсімге үлкен тәуелділігі байқалады; ақылы медициналық қызметтердің көлемі мен құрылымына әсер ететін халықтың төлем қабілеттілігі деңгейі, ал мемлекеттік сектордың тиімді жұмыс істеуі көбінесе мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылатын нысаналы бағдарламаларды қабылдау мен іске асыруға байланысты болады.

Медициналық қызмет көрсету бойынша кәсіпкерлік қызметті дамыту денсаулық сақтаудағы кәсіпкерлікті дамыту тетігіне негізделеді. Мұндай тетікті қалыптастыру мемлекеттің әлеуметтік мақсаттарының басымдылығын бекітуді және әртүрлі меншік нысандарындағы Денсаулық сақтау мекемелерінің дамуына жәрдемдесуді көздейді.

Біздің ойымызша, денсаулық сақтау саласындағы кәсіпкерлік қызметті дамытудағы осы кедергілерді еңсеру үшін мыналар қажет:

- денсаулық сақтау саласындағы қолданыстағы құрылымдарды монополиясыздандыру;

- денсаулық сақтау саласындағы қызметтерді өндірушілер мен пайдаланушыларды қорғаудың нормативтік - құқықтық базасын қамтамасыз ету;

- оқшауланған тауар өндірушілерді, қазіргі заманғы институттар мен құрылымдарды қалыптастыруға жәрдемдесу;

- жосықсыз бәсекелестік мүмкіндіктерін жою;

- денсаулық сақтау саласындағы материалдық және қаржылық ресурстарды орталықтандырылмаған қайта бөлуді жандандыру.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Булгакова, Л.В. Маркетинговые аспекты развития рынка платных медицинских услуг / Л.В. Булгакова // – Саратов, 2009 – 146 с.

2. Уколова, М.А. Социальный интегрированный маркетинг в деятельности частных лечебно-профилактических учреждений в современной России: диссертация на соискание ученой степени к.м.н. / М.А. Уколова // МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2006. – 172 с.

3. Харитонов, Е.В. Особенности маркетинговых коммуникаций в фармацевтическом бизнесе / Е.В. Харитонов // Новая аптека. – 2001. – Спец, Вып. – С. 85-90

4. Решетников А.В. Социальный маркетинг и обязательное медицинское страхование: Монография. – М: Изд-во Финансы и статистика, 1998. – 336 с.

УДК 664

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ӨНДІРІСТІК ӨТКІЗУ ҚЫЗМЕТІНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Рамазанұлы Алихан

Орталық Азия Инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассмотрено состояние сбытовой деятельности на предприятии в Республике Казахстан.

Summary: The article considers the state of sales activity at the enterprise in the Republic of Kazakhstan.

Бүгінде қарқынды дамып келе жатқан экономикада ұйымдар инновациялардан, прогресстен және бизнестен тыс қалмау үшін үнемі жетілдіріліп, дамуға мәжбүр.

Барлық нарықтарда тауарлардың қанықтылығы байқалады, бұл компанияларды сатып алушылар үшін күресуге мәжбүр етеді, яғни компаниялар күн сайын сатып алушыға олардың өнімі немесе қызметі ең жақсы сәйкес келетінін және нарықтағы ең жақсы өнім екенін дәлелдеуі керек.

Сондықтан кез-келген ұйымның басты міндеті-клиенттің қалауы мен өзінің өндірістік мүмкіндіктерін тамаша үйлестіру.

Дамыған елдерде сату жүйесін басқару олардың жағдайы мен динамикасын күн сайын дерлік байқауға, компьютерлік желі арқылы

тапсырыстарды автоматты түрде орналастыруға және оңтайлы деңгейге толықтыруға мүмкіндік беретін қуатты ақпараттық технологияларды қолдануға негізделген.

Мұндай жағдайларда өндірістік өткізу саясаты кәсіпорынның экономикалық тұрақтылығын сақтаудың ең маңызды құралы болып табылады. Дайын өнімді өткізу процесінде өнімді нарыққа жылжыту бойынша әзірленген және пайдаланылған тұжырымдамалар мен стратегиялардың қаншалықты дұрыс және дәл болатынын көруге болады. Егер бәрі бастапқыда ойлағандай болып шықса, онда кез-келген ұйымның түпкі мақсаты көп күттірмейді, ал сатып алушы өнімді байқайды, ал ұйым пайда табады. Әйтпесе, жоғары табыс туралы айтудың қажеті жоқ.

Бизнестегі қатенің бағасы әдетте жеткілікті жоғары. Әрбір тауар немесе қызмет, әрине, нарықта сауатты жылжытуды талап етеді, яғни тауарды немесе қызметті жылжытуға көмектесетін сапалы және түпнұсқа жарнамалық науқан қажет.

Сонымен қатар, егер ол өте үлкен және қымбат өндіріспен айналыспаса, кәсіпорынға бөлшек сатудың кең желісі болғаны жөн. Бүгінгі сатып алушы сапалы қызмет көрсетуге және қосымша қызметтердің кең тізіміне үйренген, сондықтан мұндай желі қызмет көрсетудің өте жоғары деңгейіне ие болуы керек. Осы талаптардың барлығын орындағаннан кейін компания сатып алушыны жеңе алатынына сене алады. Кәсіпорынның сату саясатын әзірлеу қазіргі нарықтық жағдайда өзекті тақырып болып табылады, өйткені кәсіпорындар өз өнімдерін сатумен байланысты бірқатар проблемаларға тап болады.

Өндірістік өткізу саясаты - бұл компанияның сату қызметі стандарттарының ережелер жиынтығы, оларды құжаттау, ұйымдастырушылық-нормативтік құжаттар кешені, оның ішінде лауазымдық нұсқаулықтар мен компания бөлімдері туралы ережелер. Басқаша айтқанда, сату саясаты дегеніміз - өндірушіден тұтынушыға дейінгі жол бойында кеңістік пен уақытта тауарлардың бәсекелестік қозғалысын ұйымдастыруға бағытталған іс-шараларды әзірлеу және жүзеге асыру.

Өндірістік өткізу саясаты сату стратегиясының бағытына байланысты. Маңызды кезеңдердің бірі-сату стратегиясының түрлерін таңдау. Компанияның нарықтағы мінез-құлқын дәл осы типтер анықтайды.

Өнімді өткізу - бұл өнеркәсіптік кәсіпорынның коммерциялық қызметінің бір аспектісі. Өндірістік-өткізу - бұл кәсіпорынның мақсаттарына жетудің құралы және сатып алушылардың талғамы мен қалауын анықтаудың соңғы кезеңі.

Кәсіпорын үшін өнімді сату бірнеше себептерге байланысты маңызды: сату көлемі кәсіпорынның басқа көрсеткіштерін анықтайды (кіріс мөлшері, пайда, кірістілік деңгейі).

Сонымен қатар, өндіріс пен материалдық-техникалық қамтамасыз ету сатылымға байланысты. Осылайша, сату процесінде қызмет көлемін кеңейтуге

және максималды пайда алуға бағытталған кәсіпорын жұмысының нәтижесі түпкілікті анықталады.

Тауарларды сатып алғанға дейін және сатып алғаннан кейін сату желісі мен сервистік қызметті сатып алушылардың сұраныстарына бейімдеу арқылы өндіруші кәсіпорын бәсекелестікте өзінің мүмкіндіктерін арттырады [1]. Кәсіпорындағы өнімді сату бойынша коммерциялық қызмет өте көп қырлы, ол өндірушінің мүдделерін нарық талаптарымен үйлестіруден басталады.

Өнім өндіруші өндіріс шығындарын азайтуға мүдделі және бұған өндірістің үлкен көлемімен және өндірілетін өнімнің шағын номенклатурасымен қол жеткізуге болады. Дегенмен, нарық басқасын талап етеді: тұтынушылар қолайлы бағамен әртүрлі тұтынушылық қасиеттері бар сапалы, әртүрлі өнімдерді үлкен таңдауға мүдделі.

Кәсіпорынның өндірістік бағдарламасы, номенклатурасы, өнім сапасы тұтынушылардың: кәсіпорындардың, фирмалардың және халықтың табысы мен төлем қабілеттілігіне байланысты анықталуы керек. Өнім номенклатурасының кеңеюі өндіріс процесін қиындатады, өнімдердің шағын партияларын шығару кезінде әр өнімнің өзіндік құны өседі, басқаруды ұйымдастыру күрделене түседі, кейбір жағдайларда жабдықты жиі өзгерту қажет.

Сондықтан, өндіруші мен нарықтың мүдделерін үйлестіру үшін жаңа және кәсіпорында шығарылған өнімдердің ассортиментін жоспарлау қажет. Ассортиментті жоспарлау өнеркәсіптік кәсіпорынның коммерциялық қызметінің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Бұл жұмысты сату бөлімі кәсіпорынның маркетинг бөлімімен тығыз байланыста орындауы керек. Ассортиментті жоспарлаумен қатар, өнімді өткізуді жоспарлау коммерциялық қызметтің ажырамас бөлігі болып табылады.

Сатуды жоспарлау кәсіпорынның сату жоспарын құруды, тапсырыстар портфелін құруды, өнімді өткізудің ең тиімді арналарын таңдауды, аймақтар бойынша тауарларды өткізу көлемін бөлуді қамтиды. Өткізу жоспарын "еркін нарыққа" өнім шығаратын кәсіпорындар, яғни тауарлардың сандық және сапалық сипаттамаларына қатысты алдын ала белгіленген шектеулерсіз әзірлеуі тиіс [2].

Өндірістік өткізу жоспарын жасау үшін өндіруші сату жоспарының негізі болып табылатын сату көлемінің болжамын жасауы керек. Тауар өндірушісі өз тауарын нарықта ұсыну мен оны сату арасындағы байланысты білуі керек. Тауардың ұсынысы оның бағасымен, басқа ұқсас тауарлардың бағасымен, тауарды дайындаудың қолданылатын технологиясымен, салықтар мен субсидиялар деңгейімен, табиғи-климаттық жағдайлармен анықталады.

Тұтынушылардың кәсіпорынның тауарына деген сұранысы, демек, бұл тауарды сату негізінен осы тауардың бағасына, сатып алушылардың табыс деңгейі мен әл-ауқатына, талғамдары мен қалауларына, сондай-ақ сатып алушылардың өз перспективалары, тауарды тұтынудың маусымдылығы туралы пікірлеріне байланысты. Өндіруші цехтардан дайын өнімді қабылдауға және оны сатып алушыларға жөнелтуге байланысты жедел-өткізу жұмыстарының

маңызы зор, өйткені бұл өнімді өткізудің соңғы бөлігі кәсіпорынға нақты нәтиже береді.

Бұл қызметте көлік факторы маңызды рөл атқарады. Кез-келген кәсіпорынның сату саясаты осы кәсіпорынның маркетингтік қызметінде үлкен маңызға ие. Бұл маркетингтің барлық нәтижесін шоғырландыратын сату жүйесі. Менеджмент мамандары: "сату қызметінің тиімділігінің жеткіліксіздігі тұтастай алғанда фирманың өмір сүруіне қауіп төндіреді" деп анықтады. Маркетингтегі тауар қозғалысы-тұтынушыға қажетті тауарларды белгілі бір уақытта сату орындарына жеткізуді қамтамасыз етуге бағытталған іс-шаралар кешені (тасымалдауды, сақтауды, мәмілелер жасауды қоса алғанда), қызмет көрсетудің ең жоғары деңгейі мен шығындарымен.

Өндірістік өткізу саясаты - бұл белгілі бір нарықтарға қатысты ең тиімді жүйені, арналарды және өткізу әдістерін таңдау қызметі. Бұл дегеніміз, өндіріс басынан бастап сатудың нақты формалары мен әдістеріне, ең қолайлы жағдайларға бағытталған. Сондықтан өндірістік өткізу саясатын әзірлеу тауарды сату процесінің ең жоғары тиімділігін қамтамасыз ету үшін қажетті оңтайлы бағыттар мен құралдарды анықтауға бағытталған, бұл жоспарланған түпкілікті нәтижелерге қол жеткізуге бағытталған сату қызметінің ұйымдастырушылық формалары мен әдістерін негізделген таңдауды қамтиды.

Өндірістік өткізу саясатының негізгі элементтері келесідей: өнімді тасымалдау-оның өндірушіден тұтынушыға физикалық қозғалысы; өнімді пысықтау-дайын өнімді іріктеу, сұрыптау, құрастыру, бұл өнімнің қол жетімділігі мен тұтынуға дайындығын арттырады; өнімді сақтау-оның қажетті қорларын құруды және сақтауды ұйымдастыру; тұтынушылармен байланыс-тауарларды физикалық беру, тапсырыстарды рәсімдеу, төлем-есеп айырысу операцияларын ұйымдастыру, меншік құқығын беруді заңды түрде рәсімдеу тауар, тұтынушыны тауар және Өндіруші туралы хабардар ету, сондай-ақ нарық туралы ақпарат жинау [3].

Өндірістік өткізу саясатын әзірлеу алдында қолданыстағы сату жүйесінің тиімділігін бағалауды тұтастай алғанда да, оның жекелеген элементтері бойынша да, өндіруші жүргізетін сату саясатының нақты нарықтық жағдайларға сәйкестігін талдау қажет. Өнім бойынша және аймақтар бойынша сату көлемінің сандық көрсеткіштері емес, сату көлеміне әсер ететін факторлардың барлық жиынтығы: сату желісін ұйымдастыру, жарнаманың тиімділігі және сатуды ынталандырудың басқа құралдары, нарықты дұрыс таңдау, нарыққа шығу уақыты мен тәсілдері талданады.

Өткізу жүйесін талдау осы жүйенің әрбір элементінің тиімділігін анықтауды, сату аппаратының қызметін бағалауды қамтиды. Айналым шығындарын талдау негізсіз шығыстарды анықтау, тарату процесінде туындайтын шығындарды жою және жұмыс істеп тұрған өткізу жүйесінің рентабельділігін арттыру мақсатында әрбір өткізу арнасы мен шығыстар түрі бойынша нақты өткізу шығыстарын жоспар көрсеткіштерімен салыстыруды көздейді.

Кәсіпорынның сату саясатын қалыптастыру кезінде түпкілікті тұтынушылармен жұмыс істеу әдістерін жетілдіру мәселесін шешудің маңызы зор. Бұл ретте негізгі рөл сатып алушыларға қызмет көрсетудің техникалық құралдарын енгізуге (тапсырыстар алуға), қоймаларға келіп түскен және тұтынушыларға бөлшек сауда желісі арқылы немесе тікелей қоймадан сатылған тауарларды есепке алу үшін Компьютерлік техникаға арналған шығындарды бағалауға бөлінеді.

Өткізу саясатының тиімділігінің негіздемесі айналым шығындарын көп нұсқалы есептеу және оның негізінде мақсатты нарықтағы немесе оның сегментіндегі сату қызметінің негізгі бағыттары бойынша оңтайлы нұсқаны таңдау болып табылады.

Осылайша, қазіргі жағдайда кәсіпорынның сату саясатын әзірлеу өзекті тақырып болып табылады, өйткені кәсіпорындар өз өнімдерін сатумен байланысты бірқатар проблемаларға тап болады. Компаниялар сатып алушылар үшін күресуге мәжбүр, бұл олардың тауарлары бәсекелестерге қарағанда жақсы, сапалы және тиімдірек екенін дәлелдейді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Бреусова Е. А., Смирнова Е. В. Сбытовая политика в деятельности современной организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт»– 2016.– Т. 17. – 304 с.
2. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий: учеб. пособие. – М.: «Инфра-М». 2019. – 296 с.
3. Басова С. Н., Митрофанова О.Ю. Стимулирование сбыта: учеб. пособие / С.Н. Басова, О.Ю. Митрофанова. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2015. – 214с.

ӘОЖ 658.51

ИННОВАЦИЯЛАР НЕГІЗІНДЕ КОМПАНИЯНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ

Рахматуллаев А.М., Қалдар Қ.М., Сейдуалы Д.Ж.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Мырзалиева Г.А.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Инновации стали популярным инструментом ведения бизнеса. На данный момент можно выделить большое количество стратегий, которые помогают компаниям развивать и расширять свой бизнес, но в данной работе объектом исследования будут выступать инновационные стратегии как способы повышения конкурентоспособности современных международных компаний.

Summary: Innovations have become a popular tool for doing business. At this point you can select a large number of strategies that help companies develop and expand their business, but in this study the object of the study will serve as an innovative strategy for ways to improve the competitiveness of today's global companies.

Нарықты фирма деңгейінде қарастыра отырып, бірқатар параллельдер жасауға болады. Инновация-бәсекелестікте қолданылатын маңызды тетіктердің бірі. Олар шағын және орта фирмаларды алға жылжытады, олардың дамуына

және кеңеюіне көмектеседі, ал үлкен алып фирмалар өз позицияларын ұстап тұруға көмектеседі.

Нарықтың жоғары үлесіне ие ірі фирмалар қандай да бір жолмен өздерінің даму стратегияларын, бәсекелестікті жеңу стратегияларын құрады, олар бір қарағанда бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленеді.

Фирмалар инновацияларды әзірлеу және енгізу арқылы өздерінің бәсекелестік артықшылығын қалыптастырады. Инновация, бұл жағдайда, бірегей тауарлар мен озық технологияларды ғана емес, сонымен қатар бизнесті жүргізудің жаңа тәсілдерін қамтитын өте кең ұғым ретінде қолданылады. Кәсіпорынды басқарудың жаңа тәсілдерін құру, кадрларды қайта құрылымдаудың тиімді моделі, жаңа маркетингтік стратегия, персоналды даярлаудың жетілдірілген процесі немесе өнімнің сапасын жақсартудың жаңа әдістері инновация болуы мүмкін. Мысалы, бірегей қасиеттері бар жаңа өнімді шығару немесе эксклюзивті know how енгізу компанияға бәсекелестік артықшылық береді.

Ең танымал стратегиялар технологиялық инновацияларға бағытталған. Бұл жаңа өнімді әзірлеу немесе бұрыннан бар өнімді сапалы өзгерту немесе өндіріс технологиясын жақсарту, соның ішінде шығындарды азайту, сапаны арттыру, атмосфералық шығарындыларды азайту және т.б. болуы мүмкін.

Өнім-бұл бәсекелестіктің негізгі құралы, ол үшін кез-келген компания бар.

Осыған байланысты бәсекеге қабілеттілікті сақтау үшін оны уақтылы жетілдіру қажет. Kodak дәл осы қатені жіберді-олар камера нарығындағы революцияны мойындамады. Алғашқы сандық камераны дәл осы компания ойлап тапқанына қарамастан, Kodak өлімге әкелетін қателік жіберіп, бұл жобаны перспективалы емес деп тапты. Камера нарығының даму перспективаларын дұрыс бағаламай, ол өзін осы сегменттегі көшбасшылықтан айырып қана қоймай, өзін банкроттыққа ұшыратты, өйткені тез дамып келе жатқан сегмент көп ұзамай бәсекелестерді басып алып, компанияны осы нарыққа кіре алмады. Бірақ, таза процестік инновациялар бар, оның ішінде өнімнің өзіндік құнын төмендету мақсатында өндірістік процесті оңтайландыру, өндірісті автоматтандыру, егер автомобиль саласы туралы айтатын болсақ, онда бұл мақсатты нарықта құрастыру зауытының құрылысы болуы мүмкін және т. б.

Іске асырудың Екінші жиілігі-бұл стратегия маркетингтік инновация.

Маркетингтік инновациялық стратегиялар, әдетте, нарықты басқарудың үш негізгі технологиясын қолдануға негізделген: жаңа мақсатты нарықтарға шығу, өнімді Жаңа орналастыру (саралау нәтижесінде) және маркетингтік саясат саласындағы жаңалықтарды пайдалану ("ZR" деп аталады) - баға (баға), орын (сату), жарнама (жылжыту саясаты). Көптеген фирмалар маркетингтік қызметтің осы салаларында үздіксіз инновациялар арқылы тұтастай алғанда кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін айтарлықтай арттыруға қол жеткізеді.

Жаһандық маркетингтік стратегияның тағы бірі-көптеген кәсіпорындар белгілі бір дәрежеде қолданатын нарықты сегменттеу. Бәсекелестік күшейген

сайын кәсіпорынның қызметі нарықтың жекелеген сегменттерінің қажеттіліктері мен қажеттіліктерін қанағаттандыруға дейін азаяды. Осы мақсатқа жету үшін өнімге осы мақсатты топ талап ететін бірқатар сипаттамалар мен белгілер беріледі.

Үшінші түрі ретінде ұйымдастырушылық инновацияларды бөліп көрсетуге болады, оларды жүзеге асыру кезінде басқару құрылымы өзгереді, жана стандарттар, басқару құрылымдары енгізіледі, жаңа құндылықтар мен стратегиялық бағдарлар дамиды. Әдетте, мұндай стратегия қызметкерлердің өнімділігі мен қанағаттануын арттыруға, сондай-ақ тиімді ұйымдастырушылық құрылымды қамтамасыз етуге бағытталған. Кейде мұндай өзгерістер жана нарыққа шығу немесе экономикалық толқулар кезінде қажетті шара болып табылады.

Инновацияларды дамыту процесінде бәсекелестер пайдаланбайтын немесе олар үшін қол жетімді емес ақпарат маңызды рөл атқарады. Көбінесе мұндай ақпарат компанияның немесе тұтастай алғанда елдің әзірлемелер мен зерттеулерге немесе маркетингтік зерттеулерге салған инвестицияларының арқасында пайда болады. Алайда, көбінесе мұндай ақпарат қоғамдық идеяларға ұқсамайтын жолмен даму мүмкіндіктерін табанды іздеудің нәтижесі болып табылады.

Кез-келген кәсіпорын үшін инновацияның өзі ғана емес, оны уақтылы енгізу де маңызды. Жаңа өнімді әзірлеу-бұл сәттіліктің 50% ғана. Оны нарыққа тиімді және уақтылы ұсыну қажет.

Мысал ретінде біз автомобильдердегі төрт доңғалақты жетек сияқты инновациялық технологияны қарастырамыз. "Four-wheel drive" технологиясын BMW және Porsche компаниялары соғысқа дейінгі уақытта мемлекеттік маңызы бар автомобильдерде, атап айтқанда жүк көліктерінде, әскери техникада және басқа да жол талғамайтын көліктерде қолданған. Қандай да бір себептермен, бірде-бір компания бұл функцияны жолаушылар көлігінде сериялық өндіріске енгізбеді, оны Audi 1980 жылы қолданған. Ол бәсекелестерді бір қадам артқа итеріп, quattro төрт доңғалақты жетек технологиясын сәтті ұсынды. Сонымен қатар, егер тиімді болжау факторы орын алса, онда, әдетте, бұл нарықтағы жетекші орынды қамтамасыз етеді.

Брендті құру және жылжыту процестері

Бренд құру-бұл тұтынушыға өнімнің осы түрін ғана емес, сонымен қатар өндірушіні және онымен байланысты барлық эмоцияларды еске түсіретін күшті бейнені құру. Қазіргі нарық жағдайында, көптеген компаниялар нарыққа инновациялық және өте тартымды ұсыныстармен шыққан кезде, мықты бренд құра алатындар ғана аман қалатыны және өркендейтіні анық.

Бүгінгі жағдайда күшті бренд құру қиындай түсуде. Баға секторындағы үнемі өсіп келе жатқан бәсекелестік, өнімді жылжыту мен орналастырудағы бәсекелестіктің артуы, сондай - ақ жарнамалық және маркетингтік сегменттердің нақты бөлшектенуі-бұл қазіргі заманғы компаниялар күшті және табысты бренд құру жолында еңсеретін факторлардың бірнешеуі ғана.

Бүгінгі таңда брендингтің маркетингтік Қаруға айналғаны сонша, тұздан лимон шырынына дейін барлығы дерлік брендтелген өнімдер болып табылады. Сатушының өз өнімдерін брендтеу арқылы алатын негізгі артықшылықтарын қарастырыңыз:

- Брендінг тапсырыстарды өңдеу және проблемаларды бақылау процесін жеңілдетеді;

- Бренд пен бренд өнімнің бірегей қасиеттерін заңнамалық қорғауды қамтамасыз етеді;

- Брендінг адал және пайдалы тұрақты тұтынушылар тобын құруға мүмкіндік береді;

- Брендінг сатушыға нарықты сегменттеуге көмектеседі;

- Ақырында, нарықтағы күшті позициялар күшті корпоративтік имиджді қалыптастыруға көмектеседі, бұл нарыққа жаңа өнімдерді шығару процесін жеңілдетеді.

Бүгінгі таңда көптеген брендтер нарықта алға жылжудың тікелей әдістерін қолданады-бұл жаппай жарнама, үлкен бағалық жеңілдіктер, демонстрациялық іс-шаралар, тіпті ақысыз өнім үлгілерін беру (көбінесе толықтай жұмыс істейді). Брендті жылжытудың ұқсас тәсілдерін маркетингтік дәстүрлі деп санайды, бірақ мұндай жылжыту брендтің позициясын нығайтуға ықпал ете ме деген даулы сұрақ туындайды. Негізінен, маркетинг және брендінг мамандары брендтердің әртүрлі қоғамдық іс - шараларды қолдауы жақында не үшін кеңінен қолданылатынын және бұл не үшін көбірек ықпал ететінін түсінуге тырысады-сатылымның өсуі немесе брендтің құндылығын арттыру.

BMW Group компаниясының бәсекелестік Даму стратегиясы: инновациялық аспект. Компанияның әлемдік нарықтағы позицияларының сипаттамалары

BMW Group – Германиядағы ең табысты Көлік және мотоцикл өндірушілерінің бірі. Ол Volkswagen Group және Daimler AG компанияларымен бірге ең ірі неміс автомобиль компанияларының үштігіне кіреді.

Әлемдік тенденциялар жаһандық нарықты қалыптастыруды жалғастыруда. BMW AG сияқты әлемдік деңгейдегі ойыншылар тұтынушылық қажеттіліктерді мүмкіндігінше қанағаттандыратын корпоративтік құндылықтарды қалыптастыру үшін маркетингтік стратегияларды үнемі дамытуда. Фирмалар маркетингтік функциялардың маңыздылығын ерекше атап өтеді, өйткені олар нарықтағы олқылықтарды анықтауда және осы тауашаларды тікелей толтыру үшін жаңа өнімдерді әзірлеуде маңызды рөл атқарады. Табысты маркетинг жоспарын құру үшін менеджерлер тұтынушылардың өзгеретін қалауларын ескеріп, тұтынушылардың әртүрлі мінез-құлқын болжау үшін нарықтың сегментациясын дәл анықтауы керек.

BMW Group сәнді индустрияға баса назар аударып отырып, бірқатар әлеуметтік-экономикалық сегменттерде автомобильдерді сату үшін маркетингтік құралдардың әртүрлі комбинацияларын жүзеге асырады. BMW Group сонымен қатар премиум сегментті кішірек бөледі нарықтар, сектордағы

сатылымды барынша арттыруға бағытталған сатып алу мінез-құлқы мен маркетинг құралдары арасындағы тепе-теңдікті оңтайландыру. Бірегей, кәсіпорын құндылықтарын көрсете отырып және сатып алу қалауларының өзгеруіне тез жауап бере отырып, BMW болжамды өнімділік шегінен шыға алды.

BMW AG өз көліктерін сапаны, сән-салтанатты және өнімділікті жоғары бағалайтын тұтынушыларға сатады. BMW AG жаһандық ауқымда және нақты нарықтарда премиум сегментіне шоғырлануы брендті сатып алушы тарапынан дәлірек анықтауға мүмкіндік береді. 3-тен 7-ші серияға дейінгі тартымды және перспективалы өнімдер бай клиенттерге саналы түрде шығарылды, бұл автомобиль өндірушісінің жаһандық маркетингтік стратегиясының сәттілігін көрсетті.

Компанияның нарықтық жағдайын жеткілікті икемді деп сипаттауға болады. Ірі компаниялар үшін нарыққа қажетті жылдамдықпен бейімделу әрқашан қиынырақ. Дегенмен, BMW Group нақты сұранысты қанағаттандыру үшін ғана емес, сонымен қатар болашақ үшін әлеуетті стратегияны жоспарлау, яғни бәсекелестерінен бір қадам алға жылжу үшін нарықты, атап айтқанда экономикалық, экологиялық және әлеуметтік жағдайлар мен инфрақұрылымдарды тұрақты бақылау мен талдауды жүргізеді.

Қорытындылай келе, 2013 жылғы жағдай бойынша концерннің ең маңызды бәсекелестік артықшылықтарын бөлек атап өткім келеді. 1) Компанияның тар мамандануы оған бірнеше бағытта шашырамауға және өз тауашасында сәтті дамуға мүмкіндік береді. Осылайша, BMW Group жаппай нарықтағы сату көлеміне жете алмайды, бірақ өз сегментінің абсолютті көшбасшысы болып қала береді. 2) Компания тұрақтылық бағытын белсенді дамытуда, жыл сайын осы бағыттағы даму нәтижелері бар есеп – Sustainability Report жарияланады. Бағдарламаның тиімділігін кәсіпорындардың тұрақтылығы бойынша көптеген рейтингтерде атап өтуге болады. 3) BMW Group-ең инновациялық дамып келе жатқан автомобиль концерндерінің бірі. 2007-2012 жылдар аралығында бірнеше революциялық инновациялар жүзеге асырылды. Автокөлік концерндері арасындағы инновациялардың осындай белсенді өсуінің себептері бұдан әрі қарастырылады.

2009 жылдан бастап BMW Group компаниясының инновациялық дамуына ұйымдастыру аспектісі де енгізілді. Осы саладағы концерннің инновациялық қызметін қорғаныс ретінде сипаттауға болады, өйткені белсенді ғылыми әзірлемелер жүргізілмейді, бірақ компанияның қоғамдағы жағдайын қолдау үшін шаралар қабылдануда. Тұрақтылық бағыты, негізгі корпоративтік принцип ретінде басқару құралы 2000 жылы енгізілді. Алайда 2009 жылы стратегия жаңартылды. Тұрақтылық принципі негізгі міндет қана емес, ол ішкі жағынан корпоративтік мәдениетке біріктірілді. Сонымен қатар, бұл қағида компания, қоршаған орта және қоғам құндылықтарын біріктіруге бағытталған.

Ішкі және сыртқы тәуекелдер мен мүмкіндіктер мен бәсекелестік ортаны талдаудан кейін компания тұрақтылық стратегиясын енгізудің негізгі принциптері мен бағыттарының жиынтығын әзірледі. Бағыттар бойынша:

- Технологияның тиімділігі (қалалық типтегі тұжырымдамаларды әзірлеу)
- Тұтынылатын ресурстар санын азайту және қоршаған ортаға әсерді азайту (Clean Production Philosophy)
- Саладағы жетекші жұмыс беруші болып қалу (дағдарыс жағдайында икемділікті арттыру үшін персоналдың уәждемесін күшейту және мамандар мен менеджерлердің біліктілігін арттыру)
- Экологиялық және әлеуметтік құндылықтарды корпоративтік мәдениетке біріктіру.

Енгізілген стратегияға сәйкес, бұл мақсатқа жүктемені бөлу және көрсеткіштің төмендеу қарқынының жүйелілігін белгілеу үшін біртіндеп қол жеткізіледі.

Компания бүкіл әлем бойынша жүргізушілердің эмоциялары мен жайлылығына байланысты автомобильдердің жоғары өнімділігі мен маркетингтік коммуникацияларды біріктіретін жаңа байланыс тақырыбын қолдауға тырысады. Жаһандық маркетингтік стратегия тұтынушыларға BMW жасайтын премиум көліктерді жүргізуден ләззат алу үшін жағдай жасайтын компания құрылымдарын белсенді түрде дамытуда.

BMW компаниясының маркетингтік коммуникациялары жарнамалық медианың өсіп келе жатқан әртүрлілігіне және қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдарының пайдалану тәсілдерінің өзгеруіне сәйкес қайта құрылды. Динамика мен дизайнға, сондай-ақ BMW бренді басты рөл атқаратын біздің көліктерімізді басқарудан ләззат алуға көбірек көңіл бөлінеді. Бренд туралы мұндай хабарламалар оны адамдардың санасында оларға ең қолайлы машина ретінде қабылдауды күшейтеді. Мұндай маркетингтік коммуникацияның сынақ нұсқасы 2009 жылы басталған жоба болды, ол сәтті дамуды және бренд туралы пікір сауалнамасының нәтижелеріне әсерін көрсетті. Маркетингтік стратегияның жалпы түрін шабуылдаушы деп сипаттауға болады.

Дамушы нарықтардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында компания Қытайдағы және басқа да БРИК нарықтарындағы тарату желісін кеңейтті. BMW және MINI дилерлік ұйымдарының қарқынды өсуін 2011 жылы атап өтуге болады. Тек Қытайда 70-тен астам BMW дилерлері мен 20 MINI дилерлері ашылды. Кейінірек сату желісін кеңейтуге және басқа да перспективалы нарықтарға баса назар аударылды. Қазіргі уақытта әлемде 3300 BMW дилері, 1550-ден астам MINI дилерлері және 110-ға жуық Rolls-Royce дилерлері жұмыс істейді.

Жоғары бәсекелестік, өзгертін экономикалық жағдайлар жағдайында компаниялар өздерінің нарықтық позицияларын сақтаудың жаңа жолдарын іздеуге тырысады, сондықтан бірнеше онжылдықтар бойы инновация автомобиль өнеркәсібін дамытудың қозғаушы күші болды. Компаниялар оларды бәсекелестіктен ажырататын және нарықтағы қатысуды арттыруға мүмкіндік беретін инновациялық стратегияларды әзірлейді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. BMW, Annual Report, Munich, 2000-2012

2. BMW, Investor Presentation, China, 2010-2013
3. BMW, Sustainability Report, Munich, 2010. 120 p.
4. BMW, Quarterly Report, Munich, March 2013, 49 p.
5. Ernst&Young, Автомобильный рынок России и СНГ: обзор отрасли, 2012.
6. Агарков С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика, М. Акад. естествознания, 2011. 143 с.
7. Дармилова Ж.Д. Инновационный менеджмент: учебное пособие. М. Дашков и Ко, 2012. 167 с.
8. Канунников С. Ауди // Журнал за рулем.1998. №8, С.10-11
9. Под ред. Молчановой О.П. Инновационный менеджмент. М., Вита-Пресс, 2001
10. Ханова В. Автодилеры верят в премиум // Журнал эксперт. 2013. №8(247). С.40-41

УДК 338.21.01

ШАРУАШЫЛЫҚ ЖҮРГІЗУШІ ШАҒЫН НЫСАНДАРДАҒЫ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНІМ ӨНДІРІСІН БАСҚАРУ МЕН ҰЙЫМДАСТЫРУ ТӘУЕКЕЛ ФАКТОРЛАРЫН БАҒАЛАУ

Магистрант Садвахасов Р. Б., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Малые формы хозяйствования в аграрном секторе экономики страны стали важным элементом жизнеобеспечения населения на всех этапах развития. Важная роль малых форм хозяйствования определяет необходимость повышения эффективности сельскохозяйственного производства, поиска резервов полноценного использования ресурсов сельских территорий. В настоящее время деятельность малых форм хозяйствования должна основываться на поиске принципиально нового механизма их эффективного функционирования, обеспечивающего соответствующее экономическое развитие.

Определение приоритетных направлений развития, обновление информационной базы управления малыми формами хозяйствования создают благоприятные условия для проведения социально-экономической политики, направленной на повышение занятости и улучшение качества жизни людей в сельской местности, для модернизации народной ремесленной деятельности и развития аграрного туризма.

Изучение тенденций, направлений развития малых форм хозяйствования для усиления мер по их государственной поддержке, соответствующих современным требованиям, является важным в повышении эффективности использования местных ресурсов и прибыльности сельскохозяйственного производства. Создание необходимых условий для малых форм хозяйствования через государственную поддержку и их эффективное взаимодействие с другими хозяйствующими субъектами АПК, сельских территорий, также позволяет обеспечить долгосрочное устойчивое развитие всей социально-экономической системы страны. Этот вопрос актуален в аграрной экономической науке.

Summary: Small forms of farming in the agrarian sector of the country's economy have become an important element of livelihood of the population at all stages of development. The important role of small forms of farming determines the need to increase the efficiency of agricultural production, the search for reserves of full use of the resources of rural areas. At present the activity of small forms of farming should be based on the search for a fundamentally new mechanism of their effective functioning that provides appropriate economic development.

Determining the priority directions of development, updating the information base of small-scale farming management create favorable conditions for socio-economic policy aimed at

increasing employment and improving the quality of life in rural areas, for the modernization of folk craft activities and the development of agrarian tourism.

The study of the trends, directions of development of small-scale farming in order to strengthen the measures on their state support corresponding to the modern requirements is important in increasing the efficiency of the use of local resources and profitability of agricultural production. The creation of necessary conditions for small-scale farming through state support and their effective interaction with other economic entities of agroindustrial complex, rural areas, also allows to ensure long-term sustainable development of the whole socio-economic. This issue is relevant in agrarian economic science.

Түркістан облысының стратегиялық бәсекелестік артықшылықтарына:

– сауда және көлік торабының дамуына ыңғайлы географиялық орналасуын;

– климаттық жағдайларын;

– шағын бизнестің жоғары үлесін;

– пайдалы қазбалардың бай кен орындарының болуын (Қазақстан бойынша облыс уран запастарынан бірінші орында, ал фосфорит және темір рудаларының запастарынан үшінші орында) атаса болады.

Ауыл шаруашылығы саласы тұрғындарды қажетті азық-түлікпен қамтамасыз ететін Түркістан облысының маңызды салаларының бірі. Облыстағы қолайлы климаттық жағдайдың арқасында бұл жерде мақта, бақша өнімдері, жүзім және темекі өсіруге ыңғайлы, сонымен қатар жыл бойы мал жаюға болатын жайылымдардың болуы мал шаруашылығының дамуына да ыңғайлы жағдайлар қалыптасқан.

Соңғы 10 жылдағы ауыл шаруашылығы өнімінің өсуі тұрақты болған жоқ. Мал шаруашылығының да егін шаруашылығының да өндірісінде қомақты ауытқулар байқалады.

Түркістан облысы ауыл шаруашылығының жүйелік мәселелерінің бірі су жетіспеушілігі болып табылады. Бұл мәселені шешудің жалғыз амалы - суландыру тиімділігін көтеріп, су үнемдейтін технологияларды пайдалану болып табылады. Қазіргі таңда, жаңа технологиялар қолданылмайтын егістіктерді суландыруда гектарына 17 000 текше метр көлемінде су жұмсалады, ал норматив бойынша ол гектарына 6000 текше метр судан аспауы тиіс. Арыс пен Түркістан ауданында орналасқан кейбір шаруашылықтар тамшылатып суландыру жүйесін енгізу арқасында бір гектарға су шығынын 3-3,5 мың текше метрге дейін азайтуына мүмкіндік туды. Бұл технологияларды қолдану 1 гектарға шаққандағы шығындары 2-3 мың АҚШ долларынан аспайды [1].

Түркістан облысындағы ауыл шаруашылығы өндірісінің бәсеңдеуінің негізгі себебі ретінде көбіне екі фактор қарастырылады, ол өнімділіктің төмендеуі мен егістік алқаптарының қысқаруы. Бұл жерде екі фактор да бір бірімен байланысты және екеуі де облыстың климаттық ерекшелігіне байланысты, мысалы Сырдария өзені арнасымен келетін су көлемінің азаюы мен Арал теңізі деңгейінің төмендеуін айтса болады.

Ауыл шаруашылығы дақылдарының түсімін арттырып шығындарын азайту мақсатында, мемлекет тарапынан тұқым мен тыңайтқыштарға субсидиялар бөлінуде. Ауыл шаруашылығы жерлерінің тиімділігін арттыру мақсатында жүйелі түрде оларды түгендеу жұмыстары жүргізіледі.

Жыл бойы облыстың халқы мен Қазақстанның солтүстік аймақтарын көкөніс және жеміспен қамтамасыз ету мақсатында жыл сайын жылыжай кешендерінің көлемі ұлғайтылуда. Сонымен бірге, жемістерді сақтайтын қоймалар салу жұмыстары да қолға алынуда[2].

Түркістан облысы ауыл шаруашылығы өндірісінің негізгі активтерін басқарудағы маңызды міндеттердің бірі, оларды жаңаландыруды қамтамасыз ететін саясаттың анықталуы мен жүзеге асырылуы маңызды. Бұл міндетті орындау үшін:

– қолда бар қорлардың (бүкіл қорлардың) өндірістік бағдарламаларға сәйкестігін (қолданылмай жатқан қорларды немесе құрал жабдықтарды) анықтау;

– негізгі қорлардың өндірістік әлеуетін тиімді қолданылуын талдау арқылы, ең төмен қаржылық шығындармен негізгі қорларды қолдану тиімділігін арттыру мүмкіндіктерін қарастыру (қолданылмай жатқан және жаңа құрал жабдықтарды қолданысқа енгізуін қарастыру).

Қазіргі таңдағы Түркістан облысы ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің қызметіндегі маңызды өзгерістерді, олардың тәуекелдерді бағалауға деген қажеттіліктерінің артуымен сипаттаса болады [3].

Түркістан облысы ауыл шаруашылығы өнім өндірісінің негізгі даму көрсеткіштерінің динамикасын талдаудың мақсаты – облыстағы ауыл шаруашылығының негізгі статистикалық көрсеткіштері өнімділік пен табыстағы, жер көлемі мен құрамындағы, негізгі ауыл шаруашылығы өнімін өндіруші құрылымдарындағы және ауа райы мен табиғи жағдайлардағы ауытқулар мен өзгерістері негізінде ағымдағы жағдайы мен үдерісіне сипаттама беру болып табылады.

Ауыл шаруашылығының тұрақты дамуы, көптеген жағдайларға тәуелді күрделі процесс. Басты мәселенің бірі ауыл шаруашылығы өнімінің жеткілікті болуын қамтамасыз ету болғандықтан, ауыл шаруашылығы даму үрдісін көрсететін негізгі көрсеткіш ретінде - ауыл шаруашылығының жалпы өнім көлемінің шығарылымына экономикалық зерттеулер жүргізу арқылы, оған әсер ететін факторларды анықтау маңызды болып табылады. Себебі, бұл көрсеткіштегі өзгерістер негізінде, жыл сайынғы жалпы ауыл шаруашылығының тынысын көруге болады. Осы жерде әрбір фактордың көрсеткішке кері әсері тәуекелдер ретінде танылса, ал оң әсерін мүмкіндіктер ретінде бағалаймыз [4].

Тәуекелдер тұрғысынан қарайтын болсақ көш басшы 6 облыстың ішінде Алматы, Түркістан және Шығыс Қазақстан облыстарының өнім өндірісі үдерісі Қостанай, Солтүстік Қазақстан және Ақмола облыстарымен салыстырғанда оң, әрі тұрақты өсім көрсетіп тұр. Бұл Түркістан облысының тәуекелдері де басқа облыстармен салыстырғанда төмен деген ой қалыптастырады.

Сонымен, 2014-2023 жылдар аралығындағы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылым деңгейін сипаттайтын өз ара байланысты факторларды анықтау үшін корреляциялық кесте құруға болады. Корреляциялық талдауға тәуелді фактор ретінде 2014-2023 жылдар аралығындағы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымы (Y) мәліметтерін пайдаландық. Осы тәуелді факторға әсер етуі мүмкін болатын тәуелсіз факторлар (X) іріктеліп корреляциялық талдау және стандартты ауытқу нәтижелерінің кестелері құрылды [5].

Корреляциялық талдау және стандартты ауытқу алгоритімі.

Есептің қойылымы:

1) 2014-2023 жылдар аралығындағы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымының статистикалық мәліметтерінен құралған x тәуелсіз факторлары мен y тәуелді факторлары берілген. Осы екі факторлардың арасындағы сызықтық байланысты анықтау үшін Пирсонның корреляция формуласын қолданамыз:

$$r_{xy} = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}} \quad (1)$$

Мұндағы:

x - тәуелсіз фактор;

y - тәуелді фактор;

\bar{x} және \bar{y} - көрсеткіштердің орташа арифметикалық мәні.

Бағалау критерилері: Пирсонның корреляция коэффициенті (r) -1,0 мен 1,0 аралығындағы индексті қамтиды. Нәтиже 1,0-ге жақындаған сайын оң сызықтық байланыс артады, ал нәтиже -1,0-ге жақындаған сайын теріс немесе қарама-қарсы сызықтық байланыс артады. Нәтиже 0-ге жақындаған сайын сызықтық байланыс азаяды [6].

Мақсаты: 2014-2023 жылдар аралығындағы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылым деңгейін сипаттайтын факторлар арасында өз ара байланыс тығыздығын анықтау.

2) Стандартты ауытқу (σ) көрсеткіштері арқылы сандардың олардың орташасынан қаншалықты алыс қашықтықта орналасқанын көрсететін өлшем бірлікті анықтау. Яғни орташадан ауытқудың ең жоғары санын көрсетеді, демек максималды мүмкін тәуекелді сипаттайды. Стандартты ауытқу келесі формуламен есептелінеді:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{(n-1)}} \quad (2)$$

Мұндағы:

x - фактордың мәні және n – қамтылған аралық саны.

Бағалау критерийлері: стандартты ауытқудың коэффициенттері негізінде тәуекелдерді өлшеу үшін өндірісте көп қолданылатын тәуекелдің эмпирикалық шкаласын қолданса болады (1-кесте) [2].

1-кесте. Стандартты ауытқу коэффициенті негізінде тәуекел деңгейінің эмпирикалық шкаласы

Стандартты ауытқу коэффициенті	Тәуекел деңгейі
0,0-0,1	Өте аз мөлшерде тәуекел бар
0,1-0,3	Аз мөлшерде тәуекел бар
0,3-0,4	Орта мөлшерде тәуекел бар
0,4-0,6	Жоғары мөлшерде тәуекел бар
0,6-0,8	Өте жоғары мөлшерде тәуекел бар
0,8-1,0	Апаттық мөлшерде тәуекел бар

Мақсаты: стандартты ауытқу коэффициенті арқылы тәуекел факторларын бір бірімен салыстыру. Ол үшін стандартты ауытқу мәнін берілген мәліметтер жинағының орташа арифметикалық мәніне бөлеміз. Стандартты ауытқудың коэффициенттері неғұрлым жоғары болса, соғұрлым оның тұрақсыздығы жоғарлап, тәуекелдер де артады және керісінше неғұрлым төмен болса, соғұрлым ол тұрақты болып, тәуекелдер де азаяды.

ҚР бойынша ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымы (y) және Түркістан облысы бойынша ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымы (x) арасындағы байланыстығыздылығын мен ауытқуын салыстыру арқылы тәуекелдерге статистикалық көрсеткіштер негізінде талдау жасай аламыз.

Енді осы дайын мәліметтерді формулаға салып есептейміз, сонда корреляция коэффициенті:

$$r_{xy} = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}} = \frac{565030,5}{\sqrt{68443,48 * 5254494,05}} = 0,942$$

(3)

Ал стандартты ауытқу деңгейі:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{(n - 1)}} = \sqrt{\frac{68443,48}{(13 - 1)}} = 75,5223$$

(4)

Есептеу жүргізу процесін жеңілдету үшін Microsoft Excel бағдарламалық пакетіндегі PEARSON (жинақ 1; жинақ 2) және СТАНДОТКЛОН (сандар 1; 2; ...n) функцияларына қажетті мәліметтерді қою арқылы оңай есептеп шығарамыз [7].

Корреляция коэффициенттерінің алдыңғы жылдардағы корреляциялық байланыстарын есептеу арқылы біз корреляциялық байланыстардың өзгеру динамикасын байқаймыз.

Демек, Түркістан облысы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымының динамикасы ҚР бойынша көрсеткіштермен байланысы жоғары және артуда екенін айтса болады.

Ал, ҚР мен Түркістан облысы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымының тәуекелдерін салыстыру үшін стандартты ауытқудың коэффициенттерін байқайтын болсақ, салыстырмалы түрде ҚР бойынша $\sigma=0,532$ құрап, ал Түркістан облысы бойынша $\sigma = 0,552$ құрады.

Яғни, Түркістан облысы ауыл шаруашылығы өнімдерінің (қызметтерінің) жалпы шығарылымының ауытқу деңгейі, яғни тәуекелдері салыстырмалы түрде ҚР бойынша көрсеткіштен аздап жоғары және екеуінде де жоғары мөлшерде ауытқу бар деуге болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Түркістан облысының ауыл, орман және балық шаруашылығы: статистикалық жинақ. - 2019.
2. Боговиз, А. Перспективы развития малого бизнеса в аграрном секторе/ А. Боговиз, И. Кублин, В. Тинякова //АПК: Экономика, управление. – 2014. – № 11. – С.33-37.
3. Трясцин, М.М. Альтернативные способы реализации фермерской продукции – как путь повышения их экономической эффективности /М.М.Трясцин, В.И.Кузнецов// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2014. –№ 8. – С. 51-54.
4. Оңтүстік Қазақстан облысының ауыл, орман және балық шаруашылығы: статистикалық жинақ. - 2015. – 137 б.
5. Ыдырыс С.С., Шінет Г.Г. Қазақстан Республикасындағы жұртшылық шаруашылығының ахуалы және оның дамуына әсер етуші факторлар // «Тұран» университетінің хабаршысы. - 2016. - № 4(72). - Б. 251-255.
6. Полунин Г. Экономическая эффективность сельскохозяйственного землепользования /Г.Полунин, В.Петров// АПК: Экономика, управление. – 2014. – № 9. – С. 68-73.
7. Рахметова Р.У. Эконометрика. - Алматы: Экономика, 2010. – 226 б.

ӘОЖ 334.7:338.43(574.5)

ҚАЗАҚСТАНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІКТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ЖӘНЕ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУЫ

Магистрант Салимбаев М. Ж., э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П., Қабылбеков Н.
«Орталық Азия Инновациялық Университеті», Шымкент, Қазақстан

Резюме: Развитие инновационного предпринимательства адаптировано к изменениям окружающей среды с учетом потенциала интеграции в долгосрочную перспективу и реализуется как процесс формирования фундаментальных задач и целей для повышения эффективности внутренней среды.

Это позволяет организации промышленной переработки на предприятиях внутри аграрной отрасли успешно осуществлять производственную связь в своем производстве

Summary: The development of innovative entrepreneurship is adapted to environmental changes, taking into account the potential for integration in the long term, and is implemented as a

process of forming fundamental tasks and goals to improve the efficiency of the internal environment.

This allows the organization of industrial processing at enterprises within the agricultural sector to successfully carry out production communication in their production

Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті Н. Ә. Назарбаев «Қазақстан жолы – 2050: Бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Халыққа жолдауында Қазақстанның 2050 жылы дамыған 30 елдің тобына кіруін ... агроөнеркәсіп кешенін индустриалдық-инновациялық кластерлер негізінде дамыту, шикізаттар мен өнімдерді терең қайта өңдеу, экспортқа бағыттау» мәселесін мақсат етіп қойды.

Аграрлық өндірісті дамытуда индустриалдық-инновациялық жанасу – бұл жалпы аграрлық саланы индустриалдық дамытуға, аграрлық саладағы ұйымдар мен кәсіпорындарды озық техника және технологиямен қамтамасыз етудің негізін қалауға мүмкіндік жаратады.

Қазақстандағы индустриалдық-инновациялық дамудың аграрлық сала ұйымдары мен кәсіпорындары, шаруа қожалықтардың дамуына ықпалын және оның ел ішіндегі салалық құрылымын өзгертуге тигізетін әсерін зерттей және болжай отырып, оларды төрт негізгі бағытқа бөліп айтса болады:

– ауыл шаруашылығы саласындағы осы уақытқа дейінгі қалыптасқан шағын натурал шаруа (фермер) қожалықтарында шығындарды үнемдеу мақсатында өндіріс көлемін ұлғайту, кооперациялық біріктіру, шоғырландыру арқылы ірілендіру, яғни аграрлық салада ірі маманданған кәсіпорындардың құрылуына, қалыптасуына алып келеді;

– ел ішінде осы уақытқа дейін маманданған шаруа (фермер) қожалықтары өндірісінің тауарлық дәрежесін асыруға мүмкіндік жаратылады (егін мен мал шаруашылығы саласында маманданған шаруа қожалықтарының даму тенденциясы қалыптасады);

– аграрлық саланың өндірістік шығындарында капитал үлесі өседі: әрбір шаруашылық кәсіпорындары мен әр шаруаға шаққанда пайдаланылатын негізгі және айналма қорларға инвестиция көлемінің тез артуы, өнімнің көп мөлшерде өндірілуін және өндірісте қол еңбегінің орнына озық техника, құрал-жабдықтармен айырбасталуын қамтамасыз етеді;

– ауыл шаруашылық кәсіпорындарын кооперациялық бірлесу үрдісі негізінде шоғырлануына, олардың аграрлық өнеркәсіп кешені шеңберінде үйлесімді интеграциялық бірігуіне алып келеді.

Аграрлық салада инновациялық қызметті дамыту өз алдына инновациялық үрдісті білікті және білімді мамандардың қызметі негізінде тиімді құрылымын жасауды, ауыл шаруашылық өнімдерін қайта өңдеудің аймақтық жағдайға бейімделуіне мүмкіндік береді. Ол үшін аграрлық саладағы инновациялық үрдісті құру, тарату, игеру және оның кезеңдерінің мәні мен мазмұнын анықтаған жөн.

1 кестеде аграрлық салада инновациялық үрдісті құру, тарату, игеру және оның тиімділігін анықтаудың кезеңдері мен инновациялық үрдістердің мәні мен мазмұндары және басты орындаушылар мен жауаптылар көрсетілген.

Кесте 1 – Аграрлық салада инновациялық үрдістің мәні мен кезеңдері

Кезең	Мәні және мазмұны	Басты орындаушылары
Инновацияны құру	Саладағы мәселелерді анықтау, идеяларды қолдау, оларды ҒЗЖ-н жоспарына ендіру. Іргетасты, қолданбалы ізденістерді қолға алу, ғылыми әзірлемелерді өндіріске ендіру. Интеллектуалды меншіктік әзірлемелерді, аяқталған ғылыми-техникалық жобаларды ресмилеу. Инновациялық ғылыми сиымдылығы жоғары өнім мен қызметтерді өндіріске ендіру және өткізу.	Ғылыми-зерттеу мекемелері (ғылыми орталықтар)
Инновацияны тарату	Инновацияны зерттеу, өнімді әзірлеу үшін мамандар даярлау, қайта даярлау. Инновацияны басқару ұйымдардың қызметін атқару, инновацияны насихаттау. Өндірістік ұйымдарды ақпаратпен қамтамасыз ету.	Басқару ұйымдары және инновацияны әзірлеушілер
Инновацияны игеру	Инновациялық тауар, қызметтерді өндіруге ақпаратпен қамтамасыз ету. Тауар өндірушілер инновацияны игеруде экономикалық-ұйымдастыру тетіктері. Инновацияны әзірлеуші мен өнім өндірушілер арасында өзара келісім қатынастарды жасау. Инновациялық тауар өндірушілердің белсенділігі.	Тауар өндірушілер және инновацияны әзірлеушілер
Инновацияны игерудің тиімділігі	Инновацияны игеру тиімділігі тауар өндірушінің қосымша өндірген өнімі мен табысының, инновацияны құру, оны өндірісте игеру қаражаттарына қатынасын есептеу негізінде анықталады.	Тауар өндірушілер және инновацияны әзірлеушілер

Инновациялық жаңалықтар мен идеяларды құруда ғылыми сиымдылығы жоғары өнімдерді өндірісте өндіру және сатуды сол ұйым мен кәсіпорындардың стратегиялық дамуының негізі ретінде қарастырған жөн.

Қолдау бойынша мемлекет тараптан бекітілген қағидалар олар реттеулік мәнге ие, оларды орындау мен ұстану әрекеті осы көрсетілген реттеу нормасы аясына келетін әрбір тұлға үшін міндетті болып табылады. Мемлекеттік қолдау мен реттеу қағидаларының сыртқы көрінісі екі жолмен жүзеге асады. Оның біріншісі сәйкес реттеу нормасын қалыптастырып, бекітеді. Екіншісі тек ғылыми түрде қалыптасады, қоғамдық қатынастардың нақты реттеу заңдылықтары мен нормалық мәнінен туындайды.

Инновациялық кәсіпкерлікті дамыту ұзақ мерзімді болашақта оны табысты дамытудың қажетті шарты болуда. Олар бәсекелестіктің деңгейін есепке ала

отырып, саланың даму болашағын талдау бәсекелі кәсіпорындардың саясатын анықтайтын мақсаттарды өз өндірісі алдында дұрыс қоя білуде [1].

Біздің ойымызша, инновациялық кәсіпкерлікті дамыту - ұзақ мерзімді болашаққа, назарға интеграция әлеуетін ескере отырып, қоршаған ортаның өзгерістерге бейімделген және қолда бар ресурстарды тиімді пайдалану, ол арқылы ішкі ортаның тиімділігін арттыру үшін іргелі міндеттер мен мақсаттарды қалыптастыру үрдісі ретінде жүзеге асуда.

Бұл аграрлық сала ішінде кәсіпорындарда өнеркәсіптік қайта өңдеуді ұйымдастру өз өндірісінде өндірістік байланысты табысты жүзеге асыруға мүмкіндік береді [2].

Инновациялық кәсіпорындарда техника мен технологиялық жаңалықтарды енгізудің негізгі мақсаты алдымен өндіріліп жатқан өнім сапасын жақсарту, оның өзіндік құнын төмендету және шығарылатын өнімдердің ассортиментін кеңейту мен сапасын жоғарылату есебінен өнім мен кәсіпорынның бәсекелестік қабілеттілігін арттыру болып табылады.

Кесте 2 – Аймақтық өндірістің инновациялық дамуының негізгі міндеттері

№ р/с	Инновациялық дамудың негізгі міндеттері
1	Ғылыми-техникалық және инновациялық салалардағы, инновациялық іс-шараларды ұйымдастыру, экономикалық тетіктерін қалыптастыру, басты бағыттарын көрсету
2	2030 ж. экономиканы инновациялық дамытудың басымды бағыттары мен кезеңдеріне жобалар құру
3	Қаржыландыру негізінде іргетасты және қолданбалы ізденістерді жүргізу, өндіріске ендіру, кәсіпорындар мен ұйымдардың келешекке инновациялық дамуының белсенді бағытын жолға қою
4	Инновация мен жаңа технологияларды өндіріске ендіретін ұйымдар мен ғылыми жобаларға, шаруашылықтарға қолдау көрсетудің тиімді тетіктерін анықтау
5	Инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыруға жағдай жасау
6	Ғылыми зерттеулер, ғылыми жобаларды сынақтан өткізетін орталықтардың құқықтық негіздерін, қызмет атқару механизмін қалыптастыру
7	Интеллектуалдық меншікті қорғау тетіктерін қалыптастыру

Қазіргі таңда жаңа құрал-жабдықтарды қолданысқа енгізу, не жаңа өнімдерді шығаруға өтуге немесе шығарылатын өнімдердің сапасын жоғарылату қажеттілігіне негізделген ғылыми жаңалықтар аймақтағы кәсіпорындардың инновациялық зерттеулер негізінде жүзеге асуда.

Инновациялық ғылыми бағдарламаларды жүзеге асыруға қызмет атқаратын құрылымдар біріншіден, ғылыми әзірлемелер мен жобаларды нақты аграрлық өндіріске ендіруге, екіншіден, қаржылық, техникалық және интеллектуалдық қорларды шоғырландырып, оларды мақсатты бағыттауға және пайдалануға мүмкіндік жаратады. Өз кезінде бұл атқарылып жатқан қызметтер облыс аумағында инновациялық жетістіктерді жаңғыртуға, аумақтық ғылымды нақты мақсатты түрде бағдарлауға, ғылыми ұйымдардың әзірлемелері,

жобалары мен қызметтерін тәжірибе жүзінде өндіріске ендіруге, ынталандыруға және инновациялық үрдістердің дамуына жұмсалатын қаржы құралдарын тиімді пайдалануды, бақылауды арттыруға мүмкіндік жаратады [3].

Аграрлық сала өндірісін тұрақтандыру мен дамудың негізі ғылыми-техникалық дамуды арттыру, ал ғылыми-техникалық дамудың басқы қозғаушы күші ретінде инновациялық үрдіс болып табылады. Инновациялық үрдіс инновациялық саясатты өмірге келтірумен, аграрлық сала өндірісінде инновация мен ғылыми жетістіктерді ендіру оның өндіріс үрдісін елеулі жаңғыртады.

Түркістан облысында жоғары деңгейде экономикасы дамып жатқан егін және мал шаруашылықтарындағы ұйымдар мен кәсіпорындардың өндірістік қызметтерінің тәжірибесі олардың бұл жағдайға жетуіне төмендегі шарттарды жүзеге асыру арқылы қол жеткізгендігі анықталды:

– кәсіпорындар мен компаниялардың персоналы мен қызметкерлерінің инновациялық белсенділігінің жоғарылығы;

– кәсіпорындар мен компаниялардың жоғары әлеуеті негізінде инновациялық үрдіс пен қызметтің басымды бағыттарын мақсатты түрде жүзеге асыру;

– инновациялық жаңалықтар мен техника жетістіктерін кәсіпорындар мен компаниялардың өндірістік қызметін жаңғырту әзірлемелері мен бағдарламаларын іске асыру арқылы [4].

Қорыта айтқанда инновациялық іс-шараларды жүзеге асыра отырып, нарық талаптарына сай, аграрлық салада өндірілген және өңделген дайын тауарды нарықтың сұраныс талабына сай сату арқылы экономиканы тұрақты қалыптастыру, ол өз кезінде өндіріс тиімділігінің асуына жаңа мүмкіндіктер ашады, аграрлық өндіріс үшін экономикалық өсуді қамтамасыз етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Краюхин Г.А. Инвестиционные стратегии развития промышленных предприятий и методы их финансирования. – СПб., 2017. – 206 с.
2. Фоломьев А.Н., Гейгер Э.А. Менеджмент инноваций. – М.: РАГС, 2017. – 340 с.
3. Ускенов М.К. Специализация и кооперация сельскохозяйственного производства: монография. – Шымкент: Нұрлы бейне, 2018. – 152 с.
4. Серова Е.В. Аграрная экономика. – М.: ГУ ВШЭ, 2019. – 490 с.

ӘОЖ 330.101

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҰРАҚСЫЗДЫҚ ЖАҒДАЙЫНДА ҚАЗАҚСТАНДА ФРАНЧАЙЗИНГТІ ДАМУ ТҮРІНДЕГІ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Магистрант Сансызбай Айдана Балхашқызы
Орталық Азия инновациялық университеті Шымкент қ. Қазақстан

Резюме: Франчайзинг уже раскрывает свой потенциал в Казахстане. Многие иностранные компании развиваются в Казахстане на условиях предоставления франшизы. Ряд отечественных компаний реализуют собственные франчайзинговые программы.

Однако темп развития франчайзинга может быть ускорен, что станет весомым вкладом в дальнейшее процветание страны, укрепление предпринимательства и удовлетворение нужд народа.

Summary: Franchising is already revealing its potential in Kazakhstan. Many foreign companies are developing in Kazakhstan on the terms of a franchise. A number of domestic companies are implementing their own franchise programs. However, the pace of franchising development can be accelerated, which will be a significant contribution to the further prosperity of the country, strengthening entrepreneurship and meeting the needs of the people.

Қазіргі уақытта нарықтарды ұйымдастыруда мемлекеттік реттеудің әртүрлі нысандары мен әдістерін қолданумен қатар, компаниялардың ынтымақтастығы мен кооперациясының әртүрлі нұсқаларымен бәсекелестік үйлесімі байқалады.

Келісімшарттық қатынастар түрінде ұзақ мерзімді өзара тиімді негізде фирмааралық өзара іс-қимылдың қарқынды дамуы өткен ғасырдың 90-жылдарында халықаралық ғылыми қоғамдастықтың назарын аударды.

Фирмааралық кооперацияның түрлеріне жекелеген ұлттық шаруашылықтар деңгейінде де, халықаралық экономикалық қатынастар жүйесінде де кең таралған франчайзинг жатады. Экономиканың өсуін, шағын бизнестің рөлін арттыруды, жаңа жұмыс орындарын құруды және сайып келгенде, қоғамдық әл-ауқатты арттыруды қамтамасыз ететін франчайзингтегі әлеует оны ғылыми зерттеулердің өзекті объектісіне және мемлекеттік экономикалық саясаттың құралына айналдырады[1].

"Франчайзинг" термині француздың Франчайзинг сөзінен шыққан, ол "жеңілдік, артықшылық, қатысу құқығы" дегенді білдіреді. Халықаралық Франчайзинг Қауымдастығы (International Franchise Association, IFA) оны "тауарлар мен қызметтерді тарату әдісі" деп анықтайды, онда франчайзер танымал бренд атауын немесе фирмалық атауын, сондай-ақ табысты бизнес жүйесін жасайды және франчайзилер мерзімді аударымдар түрінде және көбінесе бастапқы жарна түрінде бизнес жүргізу құқығын атымен және жүйемен төлейді франчайзер".

Шын мәнінде, франчайзинг-бұл ұзақ мерзімді қатынастар жүйесі, онда қатысушылардың бірі (франчайзер) арнайы лицензия (Франчайзинг) негізінде басқасына (франчайзиге) белгіленген стандарттар бойынша бизнес жүргізу және беделді активті пайдалану құқығын береді. Келісім Франчайзинг сатушысының тікелей қаржылық қолдау, кепілдіктер мен тапсырмалар, жабдықтар мен шикізатты жеткізу, персоналды оқыту және кеңес беру түріндегі қосымша міндеттемелерін, сондай-ақ қызмет аумағын анықтауды және франчайзидің франчайзингтерді басқа мүдделі тұлғаларға сату мүмкіндігін көздеуі мүмкін

Франчайзингтің табиғатын қазіргі экономиканы ұйымдастырудағы ерекше құбылыс ретінде түсіну білімнің байланысты салаларындағы бірқатар идеяларды, соның ішінде фирманың келісімшарттық теориясында, институционалдық экономика шеңберіндегі меншік құқығы мен транзакциялық шығындар тұжырымдамасында, қарым-қатынас маркетингі

тұжырымдамаларында және фирмааралық тізбектерде, брендингтің теориялық негіздерінде жалпылау негізінде мүмкін болады.

Институционалдық экономикалық теорияда фирма қызметкерлермен, менеджерлермен, меншік иелерімен, іскери серіктестермен қарым-қатынасты білдіретін және ресми (жазбаша) және бейресми (ауызша) шарттар түрінде болуы мүмкін ішкі және сыртқы келісімшарттардың жиынтығы ретінде қарастырылады. Сонымен бірге, фирма шығындардың екі түріне тап болады — бақылау шығындары (ішкі келісімшарттармен және әкімшілік басқаруды көздейтін фирманың иерархиялық сипатымен шартталған) және транзакциялық шығындар (нарықтық қатынастардан туындаған сыртқы келісімшарттармен байланысты). Транзакциялық шығындардың өсуі фирма көлемінің ұлғаюын және "өзің жаса" қағидатын ұстануды ынталандырады, бұл өз кезегінде бақылау шығындарының ұлғаюына әкеледі. Сондықтан компанияның дамуы транзакциялық шығындар мен бақылау шығындарының оңтайлы арақатынасын, компания мен сыртқы орта субъектілері арасындағы міндеттерді бөлу нысандарын іздеуді қамтиды[2].

Алайда, күрделі қатынастар жүйесінде және бизнесті ұйымдастырудың әртүрлі нұсқаларында қазіргі кезде үйлестіру механизмінің екі түрінің — элементтердің (нарықтың) және иерархияның (фирманың) балама нұсқаларын ғана емес табуға болады.

ҚР франчайзер-компанияларының көпшілігі жергілікті. 2020 жылы халықаралық желілердің үлесі 20% - дан аспады. Кейбір қазақстандық франчайзингтер, соның ішінде "Globalcoffe" , " DO -DO Пицца" және т.б. шетелдік ойыншылармен күресте бәсекеге қабілетті болып қана қоймай, олар шетелдіктерден еш кем түспейтін, бірақ отандық нарық пен тұтынушының ерекшелігін тереңірек түсіну есебінен одан қандай да бір түрде асып түсетін өздерінің ерекше құралдарын жасады.

Соңғы жылдардағы негізгі трендтердің бірі-аймақтарда франчайзингтік бизнес-модельдің белсенді таралуы. Егер бастапқыда франчайзерлердің басым көпшілігі елордада шоғырланған болса, онда 2022 жылдың басында қазақстандық нарық құрылымында Алматыдан келген франчайзерлердің үлесіне 20% - ы тиесілі болды

Астана-8%, өңірлік франчайзерлердің үлесі (Шымкент, Атырау, Қарағанды, Ақтау қалаларынан) 72% - ға дейін өсті. Қазақстандық франчайзерлер өздерінің қатысуын тек ҚР-да ғана емес, шетелде де кеңейтті.

2022 жылдың басында қазақстандық франчайзерлердің 39% - ы елден тыс жерлерде, негізінен Ресейде, Беларусьсияда және Өзбекстанда, сонымен қатар Еуропа мен Таяу Шығыстың кейбір елдерінде франчайзингтік орындарға ие болды[3].

2022 жылғы ақпандағы деректер бойынша отандық нарықта ең үлкен сұранысқа 1 млн теңгеге дейінгі инвестициялардың қажетті көлемі бар франчайзингтер ие болды. (68%) сегментке 1-3 млн теңге. нарықтың 17% - ы, 3-10 млн теңге болды. - 6%, 10 миллион рубльден жоғары-9%³². Шағын бизнес

франшизалары да сұранысқа ие (300 мың теңгеге дейін.), өзін-өзі жұмыспен қамтығандар үшін тартымды (мысалы, қызметкерлерсіз шағын фитнес клубы).

Франчайзинг нарығының салыстырмалы тұрақтылығы коронавирустық пандемия кезінде расталды. Тәж-дағдарыстың бірінші толқынының қазақстандық Франчайзинг нарығына жеті ай ішінде (2020 ж. сәуір — қазан) әсері туралы франчайзерлердің ауқымды сауалнамасы негізінде жүргізілген тақырыптық зерттеудің нәтижелері бойынша сәуір — мамыр айларында франчайзингтік нүктелердің ең көп жабылуы (желілер серіктестердің шамамен 20% - потер жоғалтты) болды, бірақ тұтастай алғанда жеті айда франчайзингтік нүктелердің арасындағы айырмашылық ашық және жабық франчайзингтік нүктелер оң болды (плюс 3,5%). Бұл нәтиже, біріншіден, қыркүйек-қазан айларында франчайзингтік нарықтағы мәмілелер санының айтарлықтай жалпы өсуінің арқасында, екіншіден, карантин мен оқшаулау кезінде де жасалған қызметтер мен азық — түлік бөлшек саудасындағы мәмілелер есебінен болды. Көрсетілген кезеңде мейрамханалар сегменті (-30%) және киім, аяқ киім, косметика саудасы сегменті (-24%) ең көп зардап шекті, бұл ретте Азық-түлік бөлшек саудасы (+23%), дәріханалар (+21%), авто бөлшектер дүкендері (+9%) оң динамиканы көрсетті. Зерттеушілердің пікірінше, нарықтың өсу драйверлері: өңірлердегі сапалы алаңдарды босату (әсіресе тамақтану сегментінде), жалға берушілердің икемділігі және олардың қолайлы жағдайлар жасауға дайындығы; салымшыларды қолма-қол ақшаны пайдаланудың балама нұсқаларын іздеуге итермелеген банктердегі салымдар бойынша төмен ставкалар; кешегі менеджерлер мен топ-менеджерлердің жұмысынан айырылуы, оларды өз бизнесіңіз туралы ойлар[4].

Сауалнама көрсеткендей, серіктестерді сақтау мақсатында франчайзерлердің шамамен үштен бірі локдаун кезеңінде және одан кейін біраз уақыт ішінде франчайзилері үшін роялтиді толығымен алып тастады, франчайзерлердің жартысынан көбі роялти мөлшерін айтарлықтай азайтты. Сонымен қатар, франчайзерлер желіге қатысушыларды қолдау үшін қырыққа жуық құралдар мен шешімдерді қолданды, соның ішінде процестерді желіге ауыстыру, желінің тауарлары/қызметтерінің ассортиментін кеңейту, жалға берушілермен келіссөздер жүргізу, кейінге қалдыру және ішкі несиелер беру, мемлекеттік қолдау алуға көмектесу, жеткізушілермен келіссөздер және т. б.

Франчайзерлердің көпшілігі (81,2%) жергілікті өзін-өзі басқару органдарынан көмек алған жоқ немесе оған жүгінбеді; бұл ретте франчайзилердің 37,5% - ы бизнесті дамытуға, Франчайзинг шарттары бойынша төлемдерді өтеуге, коммуналдық төлемдерге, қызметкерлердің жалақысына және т. б. қаражат түрінде осындай қолдау алды. коронавирус, респонденттердің 49% - ы оң жауап берді, 24% - ы теріс жауап берді, ал 27% - ы олардың желісі өскенін айтты.

Жақын болашақта және болашақта отандық франчайзинг нарығының одан әрі дамуына ықпал ету отандық кәсіпкерлер үшін тауашаларды босататын жетекші халықаралық брендтердің ҚР-дан кетуі, ұсынылатын франчайзингтердің алуан түрлілігінің өсуі, франчайзерлер компанияларының

технологиялылық деңгейінің артуы және желілерді диджитализациялау сияқты факторлар болады деп есептеледі, бұл серіктестердің жағдайын жедел қадағалап қана қоймай, сонымен қатар өзгеретін шындықтар мен сұраныстарды ескере отырып, клиенттермен өзара әрекеттесу моделін уақытында жетілдіруге мүмкіндік береді; жас ұрпақтың ерекшеліктері, олардың өкілдері өздеріне жалдау бойынша жұмыс перспективасын қарастырмайды, өз істерін, соның ішінде франшиза бойынша жүргізуге тырысады. Жалпы экономикаға, шағын және орта бизнесті қолдауға ғана емес, сонымен қатар франчайзингке де қатысты мемлекеттік саясат өз рөлін атқаруы тиіс[5].

Франчайзерлер мен франчайзилердің мүдделерінің тепе-теңдігін сақтау, нарыққа жосықсыз қатысушылардың қызметінің жолын кесу бағытында оның заңнамалық базасын одан әрі жетілдіру қажет. Сондай-ақ, мемлекет пен бизнес-қоғамдастықтың ағартушылық жұмыстағы ынтымақтастығы, франчайзинг туралы білімді тарату, осы кәсіпкерлік модельді пайдалануға қызығушылығын арттыру маңызды. Франчайзингті одан әрі дамыту ҚР әл-ауқаты мен кеңістіктік дамуын арттырудың әлеуметтік-экономикалық міндеттерін шешуге, импортты алмастыру есебінен экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету мақсаттарына қол жеткізуге және сонымен бірге басқа елдердің серіктестерімен өзара тиімді қатынастарды дамытуға елеулі үлес қоса алады

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

- 1 "Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы" Қазақстан Республикасының Заңы 24.06.2002 N 330-2.
- 2 Кисиков Б. Қазақстандағы Франчайзинг. - 2-ші басылым. - Алматы: Игілік, 2011. – 292 б.
- 3 "Қазақстандағы Франчайзинг" зерттеуі. www.agentstvo.kz
- 4 Дүйсенбаев А.А. Қазақстанның кәсіпкерлік жүйесіндегі франчайзингтік қатынастардың дамуын талдау және бағалау / [Электрондық ресурс]. - Қол жеткізу режимі: <http://www.franchexpo.kz>
- 5 Сидельников В.В. Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қатынастарды дамыту, қолдау және реттеу жөніндегі ұсыныс // франчайзинг одағының Жаршысы. – 2019. - 2-ші басылым. – Б. 15-21.

ОӘЖ: 331.2

НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАР АУДИТІНІҢ ПРОЦЕДУЛАРЫН ЖОСПАРЛАУ

Сатыбалды Е.А., Базаралы Б.Ж., Торбай Ә.С.
Ғылыми жетекші – аға оқытушы Кененбаева З.М.
Университет «Мирас», Шымкент қаласы, Қазақстан

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы планирования процедур аудита основных средств

Summary: The article discusses the issues of planning procedures for the audit of fixed assets

Негізгі құралдар аудитінің мақсаты - негізгі құралдар қозғалысын есепке алу құрамының дұрыстығын, толықтығын және шынайылығын және есептелген амортизацияның дұрыстығын тексеру, ұйымда қолданылатын есепке алу және салық салу әдістемесінің Қазақстанда қолданылатын нормативтік құжаттарға сәйкестігін белгілеу [1].

Негізгі құралдар аудитінің реттілігі мынадай аудит рәсімдерін қамтиды: алдыңғы кезеңдегі түгендеу тізімдемелерімен және түгендеу нәтижелерімен танысу, объектілердің орналасқан жері бойынша нақты бар-жоғын анықтау қажеттілігі айқындалады және түгендеуді белгілейді; негізгі құралдарды сатып алуға және шығаруға арналған құжаттарды өткен кезең үшін зерттеп-қарау. Негізгі құралдарды түгендеу олардың аумақтық орналасуын ескере отырып, жалпы белгіленген тәртіппен жүзеге асырылады, бұл ретте комиссия объектілерді заттай түрде қарап шығады және түгендеу тізімдемесіне олардың толық атауын, мақсатын және түгендеу нөмірлерін енгізеді.

«Негізгі құралдар» бухгалтерлік есептілік көрсеткішінің дұрыстығы аудитор анықтау үшін қажетті дәлелдемелер санын алған жағдайда расталады:

- күрделі салымдардың болуы;
- есептілікте көрсетілген негізгі құралдардың болуы;
- ұйымның осы объектілерге құқықтарының болуы;
- негізгі құралдар объектілерін бағалаудың әділдігі (дұрыстығы);
- есепке алу мен бухгалтерлік есептілікте негізгі құралдар объектілерін көрсетудің толықтығы.

Қаржылық есеп беруде ұсынылған негізгі құралдардың қозғалысы туралы ақпараттың сенімді екендігін дәлелдей алу үшін аудитор келесі негіздерге сүйенеді:

- толықтық - барлық негізгі құралдар бухгалтерлік есептілікте ескерілген, есепке алынбаған негізгі құралдар жоқ, негізгі құралдардың қозғалысы бойынша операциялар есеп шоттарында толық көлемде көрсетілген;
- бухгалтерлік есеп пен есептілікте күрделі салымдарға нақты шығындар бойынша барлық операциялар көрсетілген;
- бухгалтерлік есеп пен есептілікте негізгі құралдардың нақты сатып алынған объектілері бойынша барлық операциялар көрсетілген;
- негізгі құралдарды есепке алу шоттары бойынша сальдо мен айналымдар толық көлемде бухгалтерлік есеп тіркелімдерінен Бас кітапқа және бухгалтерлік есептілікке көшірілді;
- бар болу - барлық күрделі салымдар мен негізгі құралдар баланс жасалған күні нақты бар және ұйым үшін маңызды болып табылады;
- түгендеу деректерімен расталған күрделі салымдар мен негізгі құралдарды есепке алу объектілерінің нақты болуы;
- негізгі құралдардың болуы және пайдалануға берілуі қажетті бастапқы құжаттармен расталған;
- құқықтары мен міндеттері - ұйым негізгі құралдардың объектілеріне мүлктік құқықтарға ие, сондай-ақ осы құқықтармен байланысты тәуекелдер үшін жауап береді;

- күрделі салымдар шарттарға сәйкес жүзеге асырылады және тиісті құжаттармен расталады;

- бухгалтерлік есептілікте көрсетілген негізгі құралдар меншік, жедел басқару немесе шаруашылық жүргізу құқығында ұйымға тиесілі;

- негізгі құралдардың түсуі қолданыстағы заңнамаға қайшы келмейтін шарттық қатынастардың талаптарынан туындайды;

- мемлекеттік тіркеуге жататын негізгі құралдармен жасалатын операциялар (мысалы, жылжымайтын мүлік объектілері) тиісті тіркеуден, ал жекелеген жағдайларда - нотариалды куәландырудан өтеді;

- бағалау-барлық негізгі құралдар нормативтік құжаттардың талаптарына сәйкес бағаланды;

- ұзақ мерзімді активтерге нақты шығындар дұрыс қалыптасты;

- түсу тәсіліне байланысты негізгі құралдардың құны дұрыс қалыптастырылды;

- дәлдік - бухгалтерлік есеп құжаттары мен тіркелімдеріндегі сомалардың барлық есептері тиісті түрде есептелген, бухгалтерлік есептілік деректері синтетикалық және талдамалық есеп тіркелімдеріндегі жазбаларға сәйкес келеді;

- деректерді бастапқы құжаттардан бухгалтерлік есеп тіркелімдеріне, сондай-ақ бухгалтерлік есептілікке көшірген кезде көрсеткіштердің арифметикалық дәлдігі сақталған;

- шетел валютасында көрсетілген негізгі құралдар объектілерінің теңгелік бағалауын айқындау кезінде шетел валюталарының нақты бағамдары қолданылды;

- есепке алу кезеңінің шектеулері - күрделі салымдар мен негізгі құралдарды есепке алу қозғалысы бойынша барлық операциялар тиісті есепке алу кезеңінде ескерілген;

- ұсыну және ашу - күрделі салымдар мен негізгі құралдарды есепке алудың барлық объектілері дұрыс жіктелген және ұсынылған бухгалтерлік есептілікте ашылған;

- сатып алынған негізгі құралдар негізгі құралдардың тиісті ірілендірілген топтарына дұрыс енгізілген;

- негізгі құралдар өндірістік және өндірістік емес мақсаттағы өлшемдер бойынша дұрыс жіктелген;

- бухгалтерлік есептілікте жүзеге асырылған күрделі салымдар және оларды қаржыландыру көздері туралы ақпарат ашылған [2].

Негізгі құралдарды пайдалану орындарында (кәсіпорынның цехтары мен бөлімдерінде) негізгі құралдардың түгендеу тізімдері жүргізіледі, онда пайдаланудағы негізгі құралдардың объектілері туралы қысқаша мәліметтер беріледі.

Кәсіпорын ішінде түскен, шыққан және ауыстырылған негізгі құралдардың түгендеу карточкалары тиісті жазбалардан кейін айдың соңына дейін орналастырылмайды, бөлек сақталады. Бұл қажет, өйткені олардың негізінде ай сайын негізгі құралдардың амортизациясын есептеу (тозу)

жасалады. Бұдан басқа, ай аяқталғаннан кейін осы айдағы жазбалары бар карточкалар негізгі құралдардың сыныптамалық түрлері бойынша топтастырылады, әрбір түрі бойынша түсу және шығу бойынша айналымдарды жинақтайды және негізгі құралдардың қозғалысын есепке алу карточкасына жазады.

Негізгі құралдарды бағалаудың дұрыстығын тексеру қажет, өйткені дұрыс емес бағалау жалпы көріністі бұрмалап қана қоймай, сонымен қатар:

- амортизацияның дұрыс есептелмеуі;
- есептелген салықтар сомасын бұрмалау;
- қаржылық есептіліктегі негізгі құралдардың шамасын дұрыс көрсетпеу әкеледі.

Аудиторлық тексеру - бұл қатаң ұйымдастырылған процесс, оған белгілі бір кезеңдер мен аудиторлық рәсімдерді жүргізу және құжаттаманы жасау тәртібі тән [3]. Кәсіпорнында негізгі құралдардың қозғалысын аудиторлық тексеру процесі төрт негізгі кезеңнен тұрды:

- ақпарат жинау кезеңі;
- жоспарлау кезеңі;
- аудитті жүзеге асыру кезеңі;
- есепті ұсыну кезеңі (аудиторлық қорытынды жасау).

Ақпарат жинау кезеңі.

Аудиторлық тексерулерді жүргізу тәртібі көбінесе аудитордың тексерілетін кәсіпорынның қызметі туралы, кәсіпорында бухгалтерлік есепті ұйымдастыру және жүргізу деңгейі туралы хабардар болу дәрежесіне байланысты болады. Сондықтан аудитор кәсіпорын туралы ақпаратты жинауға және зерттеуге кірісуі керек.

Жоспарлау кезеңі. Жоспарлау кезеңінде аудитор аудиттің жалпы жоспарын да, аудиттің әр саласы бойынша күтілетін сипатқа, уақыт шеңберіне және жұмыс көлеміне егжей-тегжейлі көзқарас жасайды.

Негізгі құралдар аудитін сәтті жоспарлау үшін:

- жалпы нәтижелер шеңберінде аудитордың жұмыс құжаттарындағы ақпарат пайдаланылатын мақсатты нақты түсіну;
- аудиттелетін тұлғаның өндірістік-шаруашылық қызметі туралы білімді меңгеру;
- аудиторлық тәуекелге баға беру және оны ең төменгі төменгі деңгейге дейін төмендету үшін қажетті рәсімдерді әзірлеу;
- тексеру саласының маңыздылығы бойынша түйінді мәселелерді анықтау;
- аудиторға арналған нұсқаулық, сондай-ақ жұмыстың тиісті орындалуын ішкі бақылау құралы ретінде қызмет ететін кірістер мен шығыстарды тексеру бойынша егжей-тегжейлі бағдарлама жасау [4].

Аудиторлық тәуекелді бағалау – ішкі бақылау жүйесінде анықтау және түзету мүмкін емес деп есептей отырып, аудиторлық процедураларды қолдана отырып, елеулі қателерді анықтай алмау тәуекелі шегінде аудитор қабылдауға дайын екенін анықтамау тәуекелі.

Анықтау қаупі аудитор жинауды жоспарлап отырған дәлелдемелердің мөлшерін анықтайды. Анықталмау тәуекелі аудиторлық тәуекел моделіне кіретін басқа үш тәуекел бойынша есептеледі:

- қолайлы аудиторлық тәуекел;
- экономикалық тәуекел;
- бақылау тәуекелі.

Қолайлы аудиторлық тәуекел қаржылық есептіліктегі дәлсіздіктердің елеулілігін бағалау нәтижесінде айқындалады. Егер дәлсіздік туралы ақпараттың болуы осы есептілікті пайдаланушылардың шешім қабылдауына әсер етсе, қаржылық есептіліктегі дәлсіздік маңызды деп санауға болады. Қорытынды түрін таңдау үшін маңыздылықтың үш деңгейі бар.

Маңыздылықтың бағдарланған критерийлерін белгілеу және қабылдау кезінде аудитор әр уақытта өзінің пікіріне сүйенуі керек, оны таңдай отырып, аудитор қаржылық есептіліктегі 10% - дан асатын жалпы қателіктің маңызды болып саналатындығын басшылыққа алады. 5% - дан 10% - ға дейінгі диапазондағы мәнділікті бағалау кезінде барлық факторларды мұқият зерттеу қажет [5].

Барлық түрдегі кәсіпорындардың шаруашылық операциялары нақтылық, толықтық, рұқсат, дәлдік, жіктеу, есепке алу, кезеңділік тұрғысынан ішкі бақылаудың негізгі бағыттары бойынша тестілеуден өтеді.

Қолданылған әдебиет тізімі:

1. Абленов Д.О., Әбіленов Д.Д., Абленов А.Д. Основы общего аудита: теория, методология, практика Алматы: Экономика, 2020.- 482с
2. Садиева А.С., Шахарова А.Е., Сагиндикова Г.М., Бухгалтерский учет и аудит. Учебное пособие. Алматы: ТОО «Издательство ЛЕМ», 2016г.
3. Грэм К.Н. Қазіргі заманғы аудит - Алматы: Дәуір, 2017.- 408 б.
4. Абленов Д.О. Профессиональный аудит: теория и практика - Алматы: Экономика баспасы, 2015.- 872с.
5. Абленов, Д.О. Кәсіби аудит.- Алматы: Fortuna, 2021ж

ӘОЖ 330.13

ӨНЕРКӘСІПТЕГІ ТӘЖІРИБЕЛІК ӨНДІРІСТІҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ

Магистрант Сәулебек Жібек Жүнісбекқызы
Орталық Азия инновациялық университеті Шымкент қ. Қазақстан

Резюме: Статья посвящена изложению подходов к оценке эффективности опытного производства. За меру оценки эффективности производственного процесса авторы принимают время производственного цикла. Рассмотрены основные резервы и направления сокращения производственного цикла; приведены способы оценки экономических эффекта и эффективности от уменьшения продолжительности производственного цикла на крупносерийных и массовых производствах.

Summary: The article is devoted to the presentation of approaches to evaluating the effectiveness of pilot production. The authors take the time of the production cycle as a measure of evaluating the efficiency of the production process. The main reserves and directions of reducing

the production cycle are considered; methods of assessing the economic effect and efficiency of reducing the duration of the production cycle at large-scale and mass production are given.

Уақыт бойынша өндіріс процесін ұйымдастыру өндіріс циклінің ұзақтығы мен құрылымында көрінеді. Өндірістік цикл деп шикізат пен материалдарды өндіріске шығарған сәттен бастап дайын өнімді толық өндіруге дейінгі күнтізбелік уақыт кезеңі түсініледі.

Өндірістік цикл уақыты-маңызды техникалық-экономикалық көрсеткіштердің бірі, өндіріс процесінің тиімділігін бағалау шарасы ретінде әрекет ететін фактор. Өндірістік цикл ұзақтығының қысқаруы негізгі құралдарды пайдалануды жақсартуды, еңбек өнімділігінің өсуін, аяқталмаған өндіріс көлемінің азаюын, өнімнің өзіндік құнының төмендеуін қамтамасыз етеді. Кәсіпорынның немесе цехтың өндірістік қуаты ұзақтығына тікелей байланысты

Уақыт бойынша өндіріс процесін ұйымдастыру өндіріс циклінің ұзақтығы мен құрылымында көрінеді. Өндірістік цикл деп шикізат пен материалдарды өндіріске шығарған сәттен бастап дайын өнімді толық өндіруге дейінгі күнтізбелік уақыт кезеңі түсініледі.

Өндірістік цикл уақыты-маңызды техникалық-экономикалық көрсеткіштердің бірі, өндіріс процесінің тиімділігін бағалау шарасы ретінде әрекет ететін фактор. Өндірістік цикл ұзақтығының қысқаруы негізгі құралдарды пайдалануды жақсартуды, еңбек өнімділігінің өсуін, аяқталмаған өндіріс көлемінің азаюын, өнімнің өзіндік құнының төмендеуін қамтамасыз етеді. Кәсіпорынның немесе цехтың өндірістік қуаты өндіріс циклінің ұзақтығына тікелей байланысты. Сонымен қатар, өндірістік цикл ұзақтығының төмендеуі өндірістік құрылымның икемділігін арттырады және нарық жағдайының өзгеруіне уақтылы жауап беру үшін алғышарттар жасайды.

Өндірістік цикл ұзақтығын қысқартудың негізгі бағыттары :

- 1) оның құрылымын жеңілдету және жекелеген процестердің ұзақтығын азайту;
- 2) өндірістік құрылымды жетілдіру;
- 3) өндірістік процестің барысын экономикалық ынталандыру және бақылау.

Бұл бағыттар өндірістік циклдің ұзақтығын қысқарту резервтерін анықтау арқылы жүзеге асырылады.

- 1) бұйымдардың конструкциясын жеңілдетуге байланысты конструктивті;
- 2) маршруттар мен өтулерді логистикалық жетілдіруге және технологиялық процесті қарқындатуға байланысты технологиялық;
- 3) Өндірісті жедел жоспарлауды ұйымдастыруға байланысты ұйымдық.

Операция аралық үзілістердің ұзақтығын қысқарту үлгілік және топтық технологиялық процестерді пайдалану есебінен жұмыс орындарының мамандануын арттырумен, дайындық-қорытынды уақытты қысқартумен, Жабдықты баптау және қайта реттеу уақытын қысқартумен, еңбек объектілері қозғалысының дәйекті түрінен қозғалыстың дәйекті-параллель және параллель

түрлеріне өту жолымен операцияларды шоғырландырумен, іске қосу партиясын азайтумен, "тар мойынды" жоюмен қамтамасыз етіледі ("тар мойынмен" авторлар жабдықты немесе өндіріс орнын түсінеді, өнімділігі немесе өткізу қабілеті шектеулі). Ауысымаралық үзілістер жабдықтың ауысымдық жұмысының ұлғаюымен айтарлықтай қысқарады; ең жауапты және уақытты қажет ететін операцияларда тәулік бойы жұмыс режимін енгізген жөн. Айналымның төмендеуі жұмыс уақытының қысқаруына әкеледі.

Өндірістік процесті ұтымды жобалау және ұйымдық аспектідегі уақыт шығындарын азайту Өндірісті жедел жоспарлауды ұйымдастыру және ол үшін білікті басқарушы кадрларды тарту, өндірістік процесті уақыт бойынша модельдеу мақсатында заманауи әдістемелік және бағдарламалық құралдарды пайдалану арқылы қамтамасыз етіледі.

Ұзақтығын қысқартудан экономикалық әсерді бағалау тәсілдері' ауқымды және жаппай өндірістердегі өндірістік цикл жаңалықтары

Жаппай, сериялық және бірыңғай өндіріс түрлері үшін жалпы алғанда, ΔТЩ өндірістік циклінің ұзақтығының қысқаруының сыртқы әсері сатылатын өнімді пайдаланудың өсуі арқылы көрінеді ΔQРП осы өндіріс процесінде:

$$\Delta Q_{РП} = \Delta T_{Щ} B,$$

мұндағы В-осы өндірістік процесс бойынша орташа тәуліктік сату, теңге
Өндірістік циклдің ұзақтығын қысқартудан жеке іс шаралар бойынша үнемдеу мөлшерін бағалау келесідей болуы мүмкін:

1. Жұмыс уақытының жоғалуын азайтудың экономикалық әсері- ЭПР

$$\mathcal{E}_{ПР} = \Phi_{П} B_{gn} \frac{y_p}{100},$$

мұндағы ФП-қысқартуға жататын жұмыс уақытының жоғалуы-ауысымшілік және ауысымдық үзілістер, сағ;

Вдн-өнімнің өзіндік құны бойынша есептелген бір жұмысшыға шаққандағы орташа жылдық өнім, теңге;

УР-рентабельділіктің жоспарлы деңгейі,%.

2. Жабдықты толық жүктеудің экономикалық әсері- ЭЗ,О

$$\mathcal{E}_{З,О} = (\Phi_{нл} N_{нл} + \Phi_{ф} N_{ф}) f_{ВП} \frac{y_p}{100},$$

мұндағы Фпл, Фф -сәйкесінше жабдық бірлігінің жоспарланған және нақты жұмыс уақыты қоры, сағ;

Нпл, Nф – тиісінше нақты жұмыс істеген және жоспар бойынша жүктеуге жоспарланған жабдық бірліктерінің саны;

f ВП – жабдық бірлігінің 1 сағаттық жұмысы үшін өнім шығару, теңге.

3. Жабдықты жөндеуге және қайта реттеуге уақытты қысқартудың экономикалық әсері- ЭН,О

$$\mathcal{E}_{Н,О} = (t'_{Н,О} - t''_{Н,О}) Z_T + (t'_{Н,О} - t''_{Н,О}) f_{ВП} \frac{y_p}{100},$$

мұндағы $t''H, O, t''H, O$ – белгілі бір уақыт кезеңінде жабдықты жөндеуге немесе қайта жөндеуге тиісінше уақыт шығындары;

$3T$ – реттеушінің сағаттық тарифтік ставкасы, теңге.

Тәжірибелік өндіріс салыстырмалы түрде төмен еңбек өнімділігімен, жабдықты жиі қайта құрумен, жабдықты жүктеудің төмен коэффициентімен сипатталады, сондықтан жоғарыда аталған әдістерді қолдана отырып, тәжірибелік өндірістің өндірістік циклін қысқартудың экономикалық әсерін бағалау орынды емес.

Ғылыми-зерттеу жұмыстарының, жобалаудың, сынаудың және өндірістің кезеңдерін қамтитын тәжірибелік өндірістің өндірістік циклінің ұзақтығы конструкцияларды/технологияларды өңдеу циклдерінің санына байланысты.

Өндірісте ақау пайда болған кезде немесе сәтсіз сынақтардан кейін еңбек заттарының конструкторлық немесе технологиялық құжаттаманы пысықтау сатысына кері қозғалысы орын алады. Физикалық сынақтардың санын азайтуға болады, мысалы, сандық ортада бірқатар сынақтар жүргізу арқылы. Сондықтан өндіріс ішіндегі ақаулардан болатын шығындарды азайту кезінде экономикалық әсерді бағалау ұсынылады – *Едеф*

$$\mathcal{E}_{деф} = (K'_{деф} - K''_{деф})P_{деф}'$$

мұндағы K' деф-базалық кезеңдегі ақаулы бұйымдардың саны, дана;

K'' деф – ұйымдастыру іс-шаралары жүргізілгеннен кейінгі есептік кезеңдегі ақаулы бұйымдардың саны, дана;

P деф-ақаулы бөлшектердің құны, теңге.

Тапсырыстарды пысықтау кезеңінен өндіріске қайтару кезінде жоспардан тыс өндірістік тапсырыстар пайда болады. Оларды басым өңдеу жоспарлы тапсырыстар бойынша аяқталмаған өндірістің жатуына әкеледі. Өндірістік циклдің ұзақтығын қысқартудың экономикалық мәні оның ұзақтығы аяқталмаған өндіріс көлемін анықтайды, оның құны кәсіпорынның айналым қаражаттарының маңызды бөліктерінің бірі болып табылады. Мәселен, машина жасаудың сериялық кәсіпорындарында аяқталмаған өндіріс кәсіпорындардың тауарлық-материалдық құндылықтарының қорындағы айналым қаражатының 30-50% құрайды. ББ кәсіпорындарында аяқталмаған өндірісте айналым қаражатының 60-80% - ы бар. Өндірістік циклдің қысқаруы жағдайында айналым қаражатын босатудың әсері – Эфобор-ды келесідей бағалау ұсынылады:

$$\mathcal{E}ф_{обор} = (T' - T'')SNK_{н.з}'$$

мұндағы T' , T'' – ұйымдастырушылық іс-шараларға дейін және одан кейін тиісінше өндірістік циклдің ұзақтығы;

S -бұйымның өзіндік құны, теңге.;

N -бұйымдар саны, дана.;

$K_{н.з}$ -шығындардың өсу коэффициенті, келесідей есептеледі:

$$K_{н.з} = (S_e - 0,5S_n) / (S_e + S_n),$$

мұндағы S_e - өндіріс процесінің басында бір мезгілде өндірілетін шығындар; S_n - өндіріс аяқталғанға дейінгі кейінгі шығындар.

Тәжірибелік өндіріс ұзақ өндіріс циклімен сипатталады, оның барысында жоғары еңбек сыйымдылығымен және процестердің жоғары құнымен байланысты шығындардың өсуі байқалады, сондықтан формулада шығындардың өсу коэффициентіне түзету енгізіледі. 0,5 коэффициенті шығындардың біртіндеп өсуін ескереді.

Өндірістік циклдің ұзақтығының қысқаруы айналым қаражаттарына деген қажеттіліктің төмендеуіне әкеледі, өйткені циклдің ұзақтығы неғұрлым көп болса, кәсіпорын соғұрлым көп айналым қаражатын талап етеді, олардың айналым кезеңі соғұрлым ұзақ болады, соғұрлым олар өндірісте "өледі", яғни қозғалыссыз қалады.

Аяқталмаған өндірісте байланысты айналым қаражатын босатуды автоматтандырылған кешендерді, цифрлық жүйелерді енгізу, ОП процестерін жоспарлаудың прогрессивті әдістерін қолдану арқылы "жобалау–өндіру–сынау" циклінің ұзақтығын қысқарту арқылы қамтамасыз етуге болады. Сонымен қатар, өндірістік цикл ұзақтығының қысқаруы жоспарланған тапсырыстарды, шикізат пен материалдар қорларын аяқталмаған өндірісті сақтау үшін қажетті қойма кеңістігінің азаюына әкеледі және негізгі құралдарды пайдалануды жақсартуға ықпал етеді. Екінші жағынан, қорлардың жоғары деңгейін ұстап тұру компоненттердің жетіспеушілігін және олардың жетіспеушілігінен туындаған шығындарды азайтады. Өнімді жасау үшін қажетті шикізаттың, материалдардың, компоненттердің көп мөлшерін сатып алу көптеген жағдайларда жабдықтың тоқтап қалуынан болатын шығындарды азайтады, қазіргі кезде жеткізілім кешеуілдеуі мүмкін, сонымен қатар жеткізілімнің логистикалық шығындарын азайтады (тауарлардың үлкен партияларын сатып алу кезінде жеткізушілерден прогрессивті жеңілдіктер болуы мүмкін). Алайда, бұл ықтимал артықшылықтар сақтау шығындары, шамадан тыс жүктеме, пайыздарды төлеу, сақтандыру шығындары, бүліну шығындары, ұрлық және қосымша салықтар түріндегі қосымша шығындармен жабылады. Сонымен қатар, жоғарыда көрсетілгендей, мұндай жағдайда айналым қаражаттары аяқталмаған өндіріс пен қоймалардағы артық қорлармен байланысады, бұл капиталды пайда әкелетін акцияларға, облигацияларға немесе банктік депозиттерге салуға жол бермейді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Козырев А. Е. Өндіріс циклінің қысқаруы өндірістің технологиялық сегментінің даму кезеңі ретінде // сапа менеджменті. 2020. № 7. С. 18–21.
2. Константинов И. А., Шавелкин Д.С., Масленников Е. С. Конфигурацияның тұтастығын жоғалтудың қазіргі заманғы ұшу аппаратының өндірістік циклінің ұзақтығына әсері // Ғылым және бизнес: даму жолдары. 2020. № 5. С. 56–63.
3. Масленникова Ю. Л. Тәжірибелік өндірістің жоспардан тыс тапсырыстарын басқарудың экономикалық аспектілері // менеджменттегі инновациялар. 2021. № 4 (30). С. 30–35.

4. Новиков Н. И., Новиков В.Н. Бөлшектерді дайындаудың өндірістік циклінің ұзақтығын реттеу үшін бөлшектерді дайындаудың технологиялық процестерінің артықтығын қолдану мәселесіне // инновациялық ғылым. 2022. № 7 (1). С. 12–15.

5. Стрельцова Д. А.Өнеркәсіптік кәсіпорындарда инновациялық іс-шараларды іске асырудың экономикалық тиімділігі мен тиімділігін бағалау алгоритмі // Бизнес. Білім. Құқық. 2020. № 3. С. 248–253

УДК 681.3.01:33

ОЦЕНКА И ВЫБОР ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНОВ

Собкина В.В., Ногойбаева А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Абжамилова А.

Кыргызского-Узбекский университет, г.Ош, Киргизия

Түйіндеме: Технология кейде бас айналдыратын жылдамдықпен дамиды. Қаржы саласындағы инновациялар туралы сөз болғанда, көбінесе "финтех" деп аталады, әлемде үлкен прогресс байқалады. Банктерге келетін болсақ, "финтех" негізгі қаржылық қызметтерді көрсетудің әдеттегі схемаларын бұзады және оларды сұранысты сақтау үшін инновацияларды игеруге мәжбүр етеді. Клиенттер үшін бұл сапалы қызметтерге қол жетімділікті кеңейтуді білдіреді.

Summary: Technology sometimes develops at breakneck speed. When it comes to innovations in the financial sector, often referred to as "fintech", serious progress is being made in the world. As for banks, fintech violates the usual schemes of providing key financial services and forces them to master innovations in order to remain in demand. For customers, this means potentially expanding access to better services.

Системная значимость цифровых банков на местных рынках возрастает. Вотличие от традиционных конкурентов, такие структуры, также известные как необанки, более подвержены рискам, связанным с потребительским кредитованием; это связано с тем, что такие кредиты менее защищены от убытков, поскольку выдаются, как правило, без залогового обеспечения. Они также уязвимы при проведении операций с портфелем ценных бумаг, поскольку принимают на себя большие риски, а также подвержены более высоким рискам ликвидности (а именно, объем ликвидных активов на балансе необанков по сравнению с депозитами, как правило, ниже, чем у традиционных банков) [1].

Эти факторы также создают проблемы для органов регулирования: системы управления рисками и общий уровень устойчивости большинства необанков пока не был протестирован в условиях экономического спада.

Компании отрасли «финтех» не только принимают на себя больше рисков, но и оказывают давление на давно зарекомендовавших себя конкурентов в отрасли. Примером могут служить США, где компании «финтех», выдающие ипотечные кредиты, преследуют агрессивную стратегию роста в периоды расширения жилищного кредитования, как, например, во время пандемии. Из-за конкурентного давления со стороны компаний «финтех»

рентабельность традиционных банков значительно ослабла, и эта тенденция, скорее всего, продолжится.

Еще один вид технологических инноваций, который за последние два года получил быстрое развитие, — это децентрализованное финансирование, то есть, финансовая сеть, опирающаяся на криптоактивы и не имеющая центрального посредника. Эта сеть, также известная как DeFi, обещает предоставлять более инновационные, инклюзивные и прозрачные финансовые услуги благодаря более высокой эффективности и доступности.

Однако деятельность DeFi также предполагает накопление заемных средств и особенно уязвима к рыночным рискам, рисками ликвидности и киберугрозам. Кибератаки, представляющие серьезную угрозу для традиционных банков, зачастую могут стать фатальными для таких платформ и привести к краже финансовых активов и подрыву доверия пользователей. Отсутствие страхования депозитов в структурах DeFi усиливает ощущение того, что все депозиты подвержены рискам. В прошлом значительный отток клиентских средств нередко происходил после сообщений о том, что поставщики финансовых услуг подверглись кибератакам.

По мере того как деятельность по оказанию финансовых услуг активно переходит от регулируемых банков к структурам и платформам, надзор за которыми ограничен или полностью отсутствует, те же процессы происходят и с присущими им рисками. Несмотря на то что отрасль FinTech стремится вытеснить традиционные банки с занимаемого ими рынка, помимо конкуренции, они несут и другие угрозы. Всущности, оба вида финансовых организаций зачастую сохраняют тесные связи: так, банки предоставляют структурам «финтех» ликвидность и заемные средства.

Это создает проблемы для финансовых органов в виде регуляторного арбитража (при котором компании переводят свои операции в менее регулируемые секторы или регионы или создают там свои компании) и укрепления взаимных связей, для чего могут потребоваться действия со стороны органов надзора и регулирования, в том числе для усиления защиты потребителей и инвесторов [2].

Необходимы меры политики, пропорционально нацеленные как на отрасль «финтех», так и на традиционные банки. Таким образом будут развиваться возможности, предлагаемые отраслью «финтех», а риски будут сдерживаться. Для небанков это означает усиление требований в части капитала, ликвидности и управления рисками соразмерно их рискам. В отношении действующих банков и других участников рынка органам пруденциального надзора, возможно, потребуется сосредоточить внимание на финансовом благосостоянии менее технологически развитых банков, поскольку их действующие бизнес-модели могут оказаться менее устойчивыми в долгосрочной перспективе [3].

Отсутствие централизованных органов, регламентирующих деятельность DeFi, является проблемой для обеспечения действенного регулирования и надзора. В этом смысле органам пруденциального надзора необходимо будет

сосредоточить внимание на элементах экосистемы криптоактивов, поддерживающих деятельность DeFi, таких как эмитенты стейблкоинов и централизованные биржи. Органам надзора также следует поощрять надежные системы управления, включая отраслевые своды правил и деятельность саморегулируемых организаций. Такие структуры могли бы стать эффективным механизмом для обеспечения регуляторного надзора.

Список использованной литературы:

1. Карельская С. Н., Зуга Е.И. Достоверность и информационные границы финансовой отчетности // Реформирование отчетности. 2014. № 9.
2. Ковалев, В.В. Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности (основы балансоведения): Учеб.пособие. 2-е изд., перераб. и доп./ В.В. Ковалев. - М., 2016.
3. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика – 2-е изд., перераб. и доп./ В.В. Ковалев. - М., 2017.

УДК 657. 65 (052)

ЗНАЧЕНИЕ И ЗАДАЧИ УЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Сокиренко Р.К., Курал Н.Б., Ким А.В.

Научный руководитель – старший преподаватель Кененбаева З.М.

Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Жалақыны есепке алудың мәні мен міндеттері

Summary: The importance and tasks of payroll accounting

Заработная плата относится к отношениям между работодателем и работником. Другими словами, работодатель покупает, а работник продает свою трудоспособность. Заработная плата - вознаграждение за труд, а также компенсационные и стимулирующие выплаты в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы.

Социальное назначение заработной платы особенно велико. Она определяет имущественно - экономическое положение человека в обществе, его социальное положение, является основой развития личности.

Функция заработной платы - это вознаграждение, выплачиваемое за фактический труд работников различных профессий в процессе производства товаров и услуг при осуществлении хозяйственной деятельности, связанной с затратами на физическую и интеллектуальную энергию. Заработная плата, в силу своего функционального назначения является тем звеном рыночных отношений в сфере производства товаров и услуг и обеспечивает участие в ней работников.

Понятие «заработная плата» как экономическая категория относится только к наемным работникам. Это заработанные деньги, т.е. оплата за труд. Для сотрудников заработная плата является основным элементом дохода. Для работодателя это элемент производственных затрат. Отсюда исходит следующее, что работники заинтересованы в повышении уровня оплаты за свой

труд, что отражается на общем уровне их дохода, в противовес этому работодатели стремятся минимизировать свои расходы и, наоборот, сдерживать ее рост. Определив элементы заработной платы, можно понять, как работники и работодатели влияют на уровень заработной платы.

Главная из них - ставка заработной платы, соответствующая цене труда. Цена труда - величина оплаты труда за определенное время определенного качества в определенных социально-экономических и производственных условиях, которая определяется стоимостью трудовых ресурсов рабочих, т. е. стоимостью набора средств к существованию, товаров и услуг, необходимых для его нормального воспроизводства. Другими словами, ставка заработной платы должна соответствовать минимуму воспроизводства [1].

В странах с развитой рыночной экономикой в настоящее время воспроизводственный минимум значительно ниже цены рабочей силы. Как правило, ставка заработной платы не должна быть ниже минимума воспроизводства. Она формируется в зависимости от текущего уровня потребления определенной социальной группы населения, уровня оплаты труда, достигнутого для конкретного качества в отрасли и стране в целом. С учетом минимума воспроизводства ставка заработной платы является гарантированной частью заработной платы (рисунок 1). Его гибкая часть зависит от индивидуальных особенностей работника (премии, пособия, сдельные доходы и т.д.).

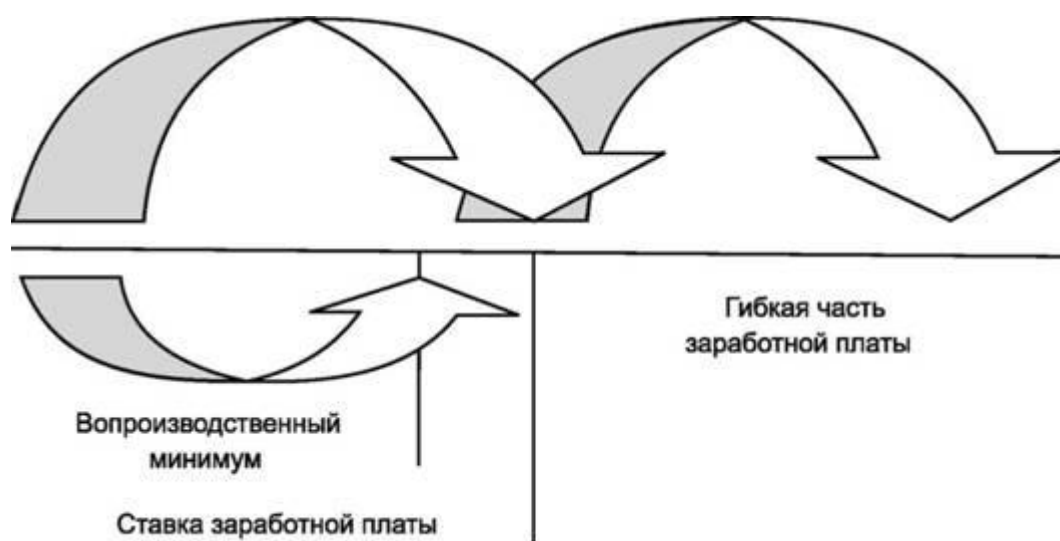


Рисунок 1. Структура заработной платы наемного работника

Вместе с тем, на предприятии есть также различные виды доходов, которые работник может получить в связи с работой на данном предприятии: материальная помощь, частичная или полная выплата на питание на предприятии, выплата на лечение и отпуск или их денежная компенсация, ценные подарки, дополнительное медицинское страхование и т.д. Все вместе, т.е. заработная плата и эти виды доходов в совокупности представляют

трудовой доход, который работник получает в конкретной организации.

В связи с этим основная цель и назначение заработной платы - это расширение ее возможностей в обеспечении воспроизводства рабочей силы, удовлетворение потребности работника в улучшении качества жизни за счет собственного труда - другими словами, размер заработной платы не должен быть низким, чем стоимость массы товаров и услуг, необходимых для обеспечения жизненных потребностей работника.

Цель учета труда и расчета заработной платы представляется получением информации, которая необходима для учета и контроля численности работников, использования рабочего времени, производительности труда, затрат на оплату труда, обеспечение надлежащего начисления и своевременной выплаты заработной платы работникам и налоговых выплат из суммы заработной платы.

Исходя из цели, задачами учета труда и его оплаты являются контроль за:

- численностью сотрудников и работников, использование рабочего времени;
- своевременное документирование и достоверный учет объема выполненных работ и выработки конкретных работников;
- правильный расчет заработной платы, пособий и своевременная их выплата;
- полнота удержания и исчисления налогов и платежей по заработной плате, их перечисления в бюджет и другим получателям;
- объективное отражение начисленной заработной платы по объектам учета затрат;
- своевременное составление отчета по труду.

Реализация этих задач требует соблюдения ряда принципов:

1) документальный учет контроля рабочего времени и объема выполненных работ.

2) соблюдение утвержденного порядка оплаты труда. Заработная плата за отработанное время устанавливается предприятием в рамках действующего законодательства в Положении об оплате труда и производится по ставкам и расценкам с учетом действующих форм и систем оплаты труда.

3) соответствие счетных данных оплате труда и отчетности по труду. Для отражения затрат на оплату труда по их источникам и получения сводной информации для представления отчета по труду, учет начисленной заработной платы производится по видам выплат.

4) персонифицированный расчет заработной платы. Основой расчетов с работниками по заработной плате являются лицевые счета расчетов с работниками [2].

Следует также отметить, что за рациональное использование средств на оплату труда и своевременное проведение расчетов с работниками персональную ответственность руководители и главные бухгалтера предприятий.

Учет труда и заработной платы занимает одно из центральных мест во всей системе учета на предприятии. Он должен обеспечивать оперативный контроль за количеством и качеством рабочей силы, использованием средств, входящих в расходы организации. За каждым расчетом следует указывать работника, зарплата которого является основным источником дохода, а для организации - сумму расходов, которая напрямую влияет на финансовый результат ее деятельности.

Таким образом, полнота реализации целей, задач и принципов учета труда и расчета заработной платы обусловлена его организацией на предприятии и, в свою очередь, позволяет эффективно управлять трудовыми ресурсами и повышать производительность труда и рост заработной платы [3].

Список использованной литературы:

1. Миржакипова, С.Ж. Основы бухгалтерского учета - Алматы: PRINTMASTER, 2018
2. Дурановская Г.П. Труд и заработная плата в Республике Казахстан. Практическое пособие. Изд. 13-е/ Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2017 г.
3. Путеводитель бухгалтера. Практическое пособие для бухгалтеров. – Алматы: ТОО «ЦДБ Education», 2018. – 164 с.

УДК 33.2964

ХАЛЫҚТЫ АЗЫҚ-ТҮЛІКПЕН ҚАМТАМАССЫЗ ЕТУ МӘСЕЛЕСІ

Г.Сыдык, Н.Сыздықбаева
І.Жансүгіров атындағы Жетісу Университеті КЕАҚ
Талдықорған қ.

Резюме: В статье рассматриваются вопросы безопасности пищевых продуктов как важная часть системы национальной безопасности. В связи с человеческими потерями обеспечение населения продовольствием стало одной из актуальных проблем, а развитие сельского хозяйства оказывает решающее влияние на социально-экономическую ситуацию в обществе и продовольственную безопасность государства. и состояние всех аспектов экономики. Рассмотрены продовольственная безопасность, кризисы, усиление внешнеторговых ограничений, развитие экономической глобализации и экономической нестабильности, проблемы доступа к продовольствию, состояние продовольственного рынка.

Summary: The article discusses food safety issues as an important part of the national security system. In connection with human losses, providing the population with food has become one of the pressing problems, and the development of agriculture has a decisive influence on the socio-economic situation in society and the food security of the state. and the state of all aspects of the economy. Food security, crises, increased foreign trade restrictions, the development of economic globalization and economic instability, problems of access to food, and the state of the food market are considered.

Қазіргі таңда мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету өзекті мәселелердің бірі болып табылады, өйткені азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету елдің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің негізгі шарттарының бірі,

сондай-ақ елдегі әлеуметтік тұрақтылықты қамтамасыз ету шарттарының бірі болып табылады.

Бұған халықаралық ұйымдардың баяндамаларында жарияланған, дамыған елдерде де, дамушы елдерде де аштық пен нашар тамақтанатындар саны туралы жыл сайынғы мәліметтер дәлел.

Мәселен, Біріккен Ұлттар Ұйымының Азық-түлік және ауыл шаруашылығы ұйымының есебіне сәйкес, 2019 жылы әлемде 690 миллионға жуық адам аштыққа ұшырады, бұл 2018 жылмен салыстырғанда 10 миллионға және бес жыл бұрынғыдан шамамен 60 миллионға артық. Сонымен қатар, жоғары шығындар мен төмен қолжетімділікке байланысты миллиардтаған адамдар пайдалы және қоректік тағамдарды сатып ала алмайды [1].

Бұл деректер азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесін шешудің күрделілігін көрсетеді.

Осыған байланысты әрбір мемлекеттің маңызды стратегиялық міндеттерінің бірі – азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету.

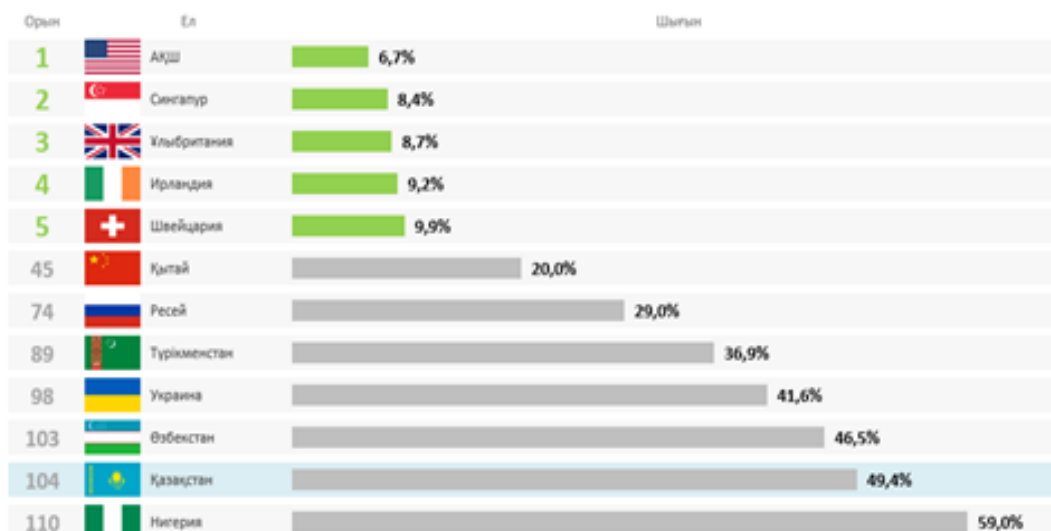
Тұрақты даму мақсаттарының (SDGs) 2030 күн тәртібі аштықты тоқтатуды, азық-түлік қауіпсіздігі мен тамақтануға қол жеткізуді және 17M041 – Бизнес және басқару жаһандық мақсаттарының бірі ретінде тұрақты ауыл шаруашылығын дамытуға жәрдемдесуді анықтайды [2].

Азық-түлік қауіпсіздігі мәселесі дағдарыстар, сыртқы сауда шектеулерінің күшеюі, экономикалық жаһандану мен экономикалық тұрақсыздықтың дамуы, Қазақстанның интеграциялық бірлестіктерге, атап айтқанда Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруі жағдайында ерекше өзектілікке ие болып отыр.

Қазіргі кезде Қазақстан жан басына шаққандағы азық-түлік құны бойынша әлемде 104-ші орында және бұл көрсеткіш бойынша әлемдік анти-көшбасшылар қатарында. Салыстыру үшін барлығы 110 елдің деректері пайдаланылды. Euromonitor International халықаралық зерттеу ұйымы мен Picodi.com сервисі сарапшыларының мәліметі бойынша, Қазақстандағы тұтынушылық шығындардың жартысына жуығы (49,4%) азық-түлікке жұмсалады. Бұл дамыған елдермен салыстырғанда көп. Мысалы, АҚШ-та азық-түлік шығындарының үлесі небәрі 6,7%-ды құраса, Еуропа елдерінің көпшілігінде бұл көрсеткіш 9%-дан 19%-ға дейін жетеді. Африканың кейбір кедей елдерінде адамдар азық-түлікке қазақстандықтарға қарағанда аз жұмсайды: Угандада – 44,2%, Камерунда – 45,2%, Эфиопияда – 41,3% [3].

Еуропа мен Орталық Азия елдері арасындағы ай сайынғы шығындарды ақшалай түрде салыстыру кезінде Қазақстан шамамен тізімнің ортасында болды (41 ел салыстырылды). Қазақстан Республикасының тұрғындары азық-түлік себетіне айына 213 АҚШ долларын жұмсайтыны белгілі. Бұл Ұлттық банктің 28 тамыздағы бағамы бойынша 98 мың теңге. Қазақстандықтардың азық-түлікке деген жиынтық табысы Ұлыбритания (202 АҚШ доллары) немесе Испания (190 АҚШ доллары) резиденттерінің табысынан айтарлықтай асып кетпейтін сияқты. Бірақ бұл елдерде 200 АҚШ доллары азаматтардың отбасылық бюджетінің аз ғана бөлігі. Мысалы, Англияда 202 доллар жалпы

тұтыну шығындарының 8,7%-ын ғана құраса, Испанияда ол 13,1%-ды құрайды[4].



Сурет-1. Азық-түлікке әр ел тұрғындардың шығыны 2023ж

Қайнар көзі:

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің *Ұлттық статистика бюросы.2022ж*

Халықаралық сарапшылар жариялаған қазақстандықтардың шығыстарының көлемі ұлттық статистика қызметінің көрсеткіштерінен екі есе көп. ҚР КСР Ұлттық статистикалық бюросының мәліметі бойынша, ағымдағы жылдың қаңтар-наурыз айларында тұрғындардың азық-түлік шығындары тоқсанына 134 мың теңгені немесе айына 44,7 мың теңгені құрады. Өткен жылдың алғашқы үш айымен салыстырғанда қазақстандықтар бұған 21,9%-ға көп ақша жұмсай бастады. Өсім бірте-бірте болды, тоқсанына 4-7%, бірақ соңында айырмашылық айтарлықтай көруге болады.



Сурет-2. Халықтың азық-түлік тауарларына шығыны

Қайнар көзі: Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің *Ұлттық статистика бюросы.2023ж*

Бұған екі фактор әсер етті, олардың бірі өткен жылдың соңы мен 2023 жылдың басы арасындағы соңғы жылдардағы ең жоғары болған жалпы азық-түлік инфляциясы болды. Қараша-қаңтар аралығында азық-түлік бағасының жалпы өсуі 24,1%-25,7% деңгейінде болды, ақпанда баға 26,2%-ға өсті[5].

Екінші фактор – қазақстандықтардың табысының өсуі азық-түлік бағасының өсуін қуып жете алмайды. Бұл номиналды және нақты жалақы динамикасы арасындағы айырмашылықпен дәлелденеді. Мәселен, биылғы жылдың бірінші тоқсанында қазақстандықтардың орташа номиналды жалақысы 19,3 пайызға өсіп, оның сатып алу қабілеті 0,6 пайызға төмендеген. Сәуір-маусым айларында нақты жалақы индексі оң болды, бірақ мардымсыз (1,2%), мүмкін қазақстандықтар мұны сезбеген шығар.

Азық-түлік қауіпсіздігі – бұл ауылшаруашылық өнімдерін, шикізат пен азық-түлікті экспорттаушы немесе импорттаушы болуына қарамастан кез келген мемлекеттің экономикалық әл-ауқаты мен тәуелсіздігінің шарты. Бұл жағдайға жету тиімді заңнамалық қолдау арқылы мүмкін болады. Оның ережесі ел басшылығының азық-түлік секторындағы проблемаларға үлкен мән беретінін көрсетеді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Н.Ә. Назарбаев «Қазақстан – 2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» Астана. 14 желтоқсан, 2012 жыл.
2. <https://ranking.kz/kz/sholu/kogam/kazakstandyktar-baska-kazhettilikterdi-azaytyp-azyk-tulikke-ketetin-shygyndy-kobeytuge-mezhbur.html>
4. Гиззатова А.А. Вопросы теории спроса и предложения на агропродовольственном рынке Республики Казахстан //Экономика и статистика, №3, 78-84бб., 2016 жыл.
5. <https://egemen.kz/>

ӘОЖ 334

ЦИФРЛАНДЫРУ. САНДЫҚ БРЕНДИНГ ҚҰРАЛДАРЫ

Төлеген Е.Е., Аманқұл С.К., Бүрлібай А.М.

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Бекебаева М.О.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В данной статье проанализированы основные инструменты брендинга в современных условиях цифровизации. Раскрыта терминология процесса брендинга, показаны классические инструменты брендинга; продемонстрировано влияние бренда на развитие организации. Предложено рассматривать цифровые технологии (контент-маркетинг, управление сообществом, PR-инструменты, органическая реклама, кросс-промо) в качестве современного эффективного инструмента брендинга.

Summary: This article analyzes the main branding tools in modern digitalization. The terminology of the branding process is disclosed, classic branding tools are shown; The influence of the brand on the development of the organization is demonstrated. Proposed to consider digital technologies (content marketing, community management, PR tools, organic advertising, cross-promotion) as a modern effective branding tool.

Қазіргі уақытта біздің өміріміздің барлық салалары цифрландырылуда. Осыған байланысты көптеген ұйымдарда, сондай-ақ күнделікті өмірде адамдар digital немесе цифрлық технологияларды қолдана бастады. Терең талдау жүйесінің арқасында олар ұйымға мақсатты аудитория үшін күресте көмектеседі, ақпаратты тұтынушыға ыңғайлы және түсінікті түрде жеткізеді, осылайша оның мүмкіндіктерін кеңейтеді [1].

Тақырыптың өзектілігі біздің дәуіріміз цифрлық технологиялардың өміріміздің барлық секторларына белсенді енуімен сипатталатындығына байланысты. Сондықтан, әрбір ұйым нарықта бәсекеге қабілетті болу және жоғары көрсеткіштерге қол жеткізу үшін оларды өз қызметіне енгізуге ұмтылуы керек.

Бұл мақаланың мақсаты-өнімді нарықта орналастыру кезінде сандық құралдардың мәні мен түрлерін зерттеу. Дәстүрлі әдістерден олардың ерекшеліктерін зерттеу, олардың артықшылықтарын анықтау.

Жоғарыда аталған мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылды және шешілді:

1. Цифрландыру процесінің жалпы сипаттамалары, оның мәні қарастырылады.
2. Ұйымның жиі қолданылатын сандық құралдары талданады
3. Сандық құралдардың рөлі қалай артқаны және неге екені анық көрсетілген.

Ғылыми жаңалық-цифрландыру процесін және оның ұйымдар үшін негізгі құралдарын ашу.

Цифрлық экономика тұтынушылардың ойлауына түбегейлі әсер етті. Егер бұрын адамдар жарнаманы көп жағдайда көрген болса, бұл олардың қызығушылығын тудырды. Қазір тұтынушы басқаша ойлайды, бұған дейін "жақсы" тауардың негізгі сипаттамалары болған сапа, баға, жайлылық және т.б. сияқты тауар немесе қызмет критерийлері жеткіліксіз. Енді мен ерекше, ерекше нәрсе алғым келеді, бұл жарқын эмоциялар, әсерлер, жағымды сезімдер тудырады. Дәстүрлі жарнама құралдары (журналдар, газеттер) енді тұтынушылардың қызығушылығы мен сенімін тудырмайды, сондықтан ұйымдар цифрлық трансформация жасауға мәжбүр [7].

Жоғарыда айтылғандай, тұтынушыларды тартудың классикалық маркетингтік әдістері енді тиімді жұмыс істемейді және жоспарланған және қалаған нәтиже бермейді. Сондықтан қазір цифрлық техникалық құралдар пайдаланылады, яғни бренд интернет, теледидар, элеуметтік желілер, радио және басқа да бұқаралық ақпарат құралдары сияқты барлық мүмкін электрондық және ақпараттық арналармен насихатталады. Бұл арна арқылы ақпарат неғұрлым жарқын, түрлі-түсті, көрнекі, қысқа және түсінікті түрде беріледі, бұл олардың есте қалуына және тұтынушының санасында қалуына мүмкіндік береді. [8].

Цифрландыру тиімділік пен тиімділікті арттыруға бағытталған. Цифрландыруға байланысты өнім өндірісіне қызмет көрсету шығындары (10-

40%), жабдықтың тоқтап қалуы (30-50%), нарыққа шығу уақыты (20-50%) және өнім сапасына шығындар кепілдік (10-20%), қойма шығындары (20-50%) және т.б. [4].

Цифрлық трансформация-бұл бизнес-стратегияны, модельдерді, маркетингтік тәсілді, мақсаттарды және т.б. түбегейлі қайта қарау арқылы бизнесті трансформациялау. Олардың көмегімен компаниялар өз аудиториясының айқын бейнесін қалыптастырды, олар қоршаған ортаның өзгеретін факторларына (трендтер, тенденциялар) тез жауап беруді үйренді. Бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен ұйымдар тұтынушылармен берік және берік байланыс орната отырып, өз компаниясының философиясымен, сенімдерімен бөліседі.

Бренд-бұл компанияның бейнесі, оны нарықта "басқаша" етеді және тұтынушылар арасында танымал. [2] тек функционалдық қажеттіліктерді қанағаттандыратын қарапайым өнімнен айырмашылығы, брендтік өнім сатып алушыға көбірек әсер етеді: оның өзін-өзі бағалауына, көңіл-күйіне әсер етеді, өзіне лайық және оны сатып алуға лайық деген сезім береді.

Брендинг-бұл компания үшін жеке әзірленетін қолтаңба стилі [2]. Бірегей стиль компанияны нарықта тұрақты етеді, ал тұтынушылар үшін көптеген тауарлар мен компаниялардың арасында куратор болып табылады, бұл олардың өнімі немесе қызметі оларға барынша сәйкес келетіндей әсер қалдырады.

Келесі сандық құралдар жиі қолданылады:

Мазмұн маркетингі аудитория үшін өзекті және құнды болатын, кейіннен дистрибьюторға қажет шешімді қабылдауға әсер ететін ақпаратты ұсынуды көздейді[4];

Қауымдастықты Басқару Бірінші кезекте әлеуетті клиенттермен байланысты қамтамасыз етеді. Қоғамдастық қызметкерлері қамтамасыз етуі керек Байланыс мәселелерді өңдеу, клиенттердің ұсыныстары, сұрақтарға жедел жауап беру, конкурстар мен ұтыс ойындарын өткізу, осылайша топтарда белсенділікті қамтамасыз ету [4];

PR құралдары – компанияны алға жылжытудың құралдары мен әдістері. Олардың көмегімен компания аудиторияның қызығушылығын оята отырып, алдағы іс-шаралар (көрмелер, танымал адамдармен ынтымақтастық) туралы хабарлайды [4];

Органикалық жарнама-негізгі мақсат-аудиторияның қол жетімділігін арттыру. Ол үшін жарнамалар қазірдің өзінде белгілі және жарнамаланған тақырыптық топтарда орналастырылған, мақсатты аудиториясы бірдей немесе мүмкіндігінше ұқсас [4];

Кросс – промо-бірдей аудиториясы бар екі немесе одан да көп компанияларды келісуден тұратын компанияны жылжыту технологиясы, жарнамалық пакеттермен алмасу процесі. Яғни, компания өз өнімімен бірге басқа өндірушінің өнімін де насихаттайды. Бұл құрал Еңбек және қаржы ресурстарын жарнамаға қысқартуға мүмкіндік береді [4].

Егер дәстүрлі офлайн орталарда тұтынушылардың "саяхаты" өте ұзақ болуы мүмкін, әсіресе қарау және бағалау кезеңдерінде, содан кейін сандық

құралдар бұл кезеңдер айтарлықтай қысқарады. Потенциалды сатып алушылар іздеу жүйелері арнайы сұраулар бойынша беретін ақпаратты таңдау мүмкіндігіне ие; басқа клиенттердің пікірлерін оқып, алынған ақпаратты талдау негізінде таңдау жасау.

Осылайша, цифрлық құралдардың көмегімен ұйымдар басқа компаниялармен сәтті бәсекелесе алады. Олардың арқасында қызығушылық танытқан компаниялар қысқа мерзімде сұрақтарға жауап алады, ал терең талдау жүйесінің арқасында қабылданатын шешімдердің сапасы артады.

Жоғарыда айтылғандардың бәрін қорытындылай келе, 21 ғасырда дәстүрлі маркетингтік құралдар өз маңыздылығын жоғалтты және бұрынғы нәтиже бермейді, бұл компанияның құлдырауына әкеледі деген қорытынды жасауға болады. Ал цифрлық құралдар тауарды жылжытудың жаңа арналарын жасайды, ұйымның өсуін қамтамасыз ете отырып, тұтынушыларды тарту жылдамдығын арттырады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Цифровая экономика и ее основные характеристики.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mckinsey.com/global-locations/europe-andmiddleeast/russia/ru/> (Дата обращения:18.12.19)
2. Маркетинг: Большой Толковый Словарь (А. П. Панкрухин и др.) 2-е изд.— М.: Издательство «Омега-Л», 2010
3. Котлер Ф: книга «Основы маркетинга» 2009 , стр. 143
4. Основные инструменты брендинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/10191-brendirovanie> (Дата обращения:18.12.19)
5. Объем цифровой экономики РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.econfin.ru/> (Дата обращения:18.12.19)
6. Кульков В.М. Цифровая экономика: надежды и иллюзии // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. 2017. № 5. С. 145-156

ӘОЖ 330.357

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУДЫҢ СОҢҒЫ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Тулегенова Л.В., Амангелді Г.Т., Әбдікерім Н.Қ.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Сатыбекова Э.Г.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Экономические последствия COVID-19 стали крупнейшими для экономики Казахстана за последние почти два десятилетия и уже оказывают существенное негативное влияние на ее рост.

Summary: The economic consequences of COVID-19 have become the largest for the economy of Kazakhstan over the past almost two decades and already have a significant negative impact on its growth.

2009 және 2015 жылдардағы мұнай бағасының төмендеуі жиынтық сұранысты күрт төмендетіп, қаржы секторының тұрақтылығын шайқады. Бұл

жолы оқшаулау шаралары нәтижесінде экономикадағы ұсынысқа қатты әсер етті, бұл пандемияны болдырмаудың қажетті стратегиясы болды. Мұндай шаралар әсіресе клиенттің физикалық қатысуы мен тікелей байланысын қажет ететін бизнеске әсер етеді.

Қазақстан Үкіметі ерте кезеңде COVID-19 таралуын тежеу жөнінде шаралар қабылдады. Төтенше жағдай жарияланғаннан кейін пандемияға қарсы іс-қимылды үйлестіру, карантиндік бақылауды енгізу және табыс көздеріне коронавирус немесе төтенше жағдайға байланысты шектеулер әсер еткен адамдарға қолдау көрсету үшін мемлекеттік комиссия құрылды.

Үкімет дағдарыстан зардап шеккен бизнес пен үй шаруашылықтарын қолдау үшін фискалдық шаралар пакетін қабылдады. Пандемияны болдырмау және денсаулық сақтау қызметтеріне қолжетімділікті арттыру үшін осы тиімді тәсілді жалғастыру және күшейту қажет. Алайда, дағдарысты еңсеру үшін Қазақстанға қолда бар ресурстарды барынша жұмылдыру және құрылымдық реформаларды жалғастыру қажет [1].

Үкімет кейбір мемлекеттік бағдарламалардың ресурстарын білім мен денсаулыққа қол жетімділікті және олардың сапасын арттыру, сондай-ақ жұмысшылар мен жұмыс берушілерді уақытша қолдау шараларының пайдасына қайта бөлуі керек шығар. Орта мерзімді реформалау бағдарламасының болуы жеке сектордың ресурстарын тартуға ықпал етуі мүмкін, бұл оған жақсы бейімделуге және жаңа мүмкіндіктерге жауап беруге мүмкіндік береді.

Фискалдық және монетарлық ынталандыру шараларының қалпына келтіруге әсері ұзаққа созылған пандемиямен және әлемдік экономикадағы ұзақ құлдыраумен сыналатын болады. Жеткізу тізбегінің бұзылуы және әлемдік саудадағы реттелмеген үйкеліс ресурстар көздерін табуды одан әрі қиындатуы мүмкін.

Ынталандыру пакеті пандемия шегінгеннен кейін ғана экономикалық өсуді қалпына келтіруге ықпал етуі мүмкін. Осыған байланысты ЖІӨ-нің 2020 жылы 3% - ға төмендеуі және 2021 жылы 2,5% - ға шамалы қалпына келуі болжануда [2].

Инфляциялық қысым 2020 жылдың соңына дейін созылады деп күтілуде, бірақ ол баяулайды, өйткені валюта бағамының төмендеуінің әсері біртіндеп жойылады. Биылғы жылы инфляция теңге бағамы төмендегеннен кейін Орталық банктің нысаналы көрсеткішінен 6% жоғары болып қалады.

Ағымдағы шоттың тапшылығы 2020 жылы сауда жағдайларының нашарлауына және мұнай экспортының қысқаруына байланысты ЖІӨ-нің 5% - на дейін артады деп күтілуде.

Ұзаққа созылған дағдарыс кедейліктің өсуіне алып келуі мүмкін және Қазақстандағы теңсіздікті арттыруы мүмкін. Алдын ала бағалаулар кедейлік деңгейі 2020 жылы болжамды 8,3 пайыздан 12,7 пайызға дейін көтерілуі мүмкін екенін көрсетеді, бұл кедейлікте өмір сүретін 800 мыңнан астам адамға сәйкес келеді.

Пандемиядан да, жеңілдету шараларынан да туындаған еңбек нарығының күйзелісі, әсіресе біліктілігі төмен жұмысшылар жұмыс істейтін секторларда жұмыспен қамтуға елеулі әсер етеді. Сапалы білімге тең емес қол жетімділік, әсіресе карантин кезінде, адами капиталдың дамуына, әсіресе халықтың әлеуметтік осал топтарына теріс әсер етуі мүмкін.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Гринберг Р. С., Рубинштейн А. Я., Нуреев Р. М. Экономика общественного сектора (новая теория). Учебник. М.: Инфра-М, РИОР. 2016. 440 с.
2. Дерен В. И., Дерен А. В. Экономика и международный бизнес. Учебник и практикум для магистратуры. М.: Юрайт. 2019. 298 с.

ОӘЖ 657.1/42

ӘЛЕМДІК НАРЫҚТА КРИПТОВАЛЮТАЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ

Усманов Э.Х., Айдарбеков Н.Е., Жаналиева М.Н.
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., аға оқытушы Агабекова Ш.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

*Резюме: В статье рассматривается использование криптовалют на мировом рынке.
Summary: The article discusses the use of cryptocurrencies on the world market.*

Криптовалюталардың тарихына қарап, олардың нарықтық құрылымын анықтауға болады. "Криптовалюта нарығы" ұғымын қарастырайық – бұл олардың өмір сүруін қамтамасыз ететін барлық криптовалюталар мен инфрақұрылымдардың жиынтығы. Бұл жағдайда инфрақұрылымға биржалар (криптовалюталарды сату және сатып алу), криптовалюталарға қол жетімділікті және олардың таралуын шектеуге тырысатын мемлекет жатады. Осылайша, криптовалюта нарығының құрылымы келесідей (сурет 1).



Сурет 1- Криптовалюта нарығының құрылымы [1]

Біздің өмірімізде криптовалюталардың пайда болуы оны әлемдік экономиканың ажырамас бөлігі ретінде бекітуі мүмкін және кейбіреулер үшін оларды сауда, алыпсатарлық немесе тәуекелдерді хеджирлеу нәтижесінде алынған қосымша табыс көзі ретінде жіктеуге болады. Криптовалюта

"халықаралық бизнестің болашақ валютасы", "ертеңгі алтын", "рұқсат алуды қажет етпейтін инновация", "қолма-қол ақшасыз қоғам дәуірі" болып саналады.

Мысал ретінде, мен осы жылы cryptocurrency жағдайын қарастыруды ұсынамын. 2022 жылдың басында цифрлық активтер нарығын капиталдандыру 2 2 трлн-ға жетті. Экономикада криптовалюта толыққанды құралдың орнын алды. Бұл құрал әркім үшін пайдалы болуы мүмкін. Жеке пайдаланушыларға монеталар мен таңбалауыштар тарау мен қаржылық қызметтерге қол жеткізуді жеңілдетеді. Кәсіпкерлерге төлемдер алуға және бизнесті масштабтауға көмектеседі. Мұның бәрі әрі қарай болатын нәрсенің бастамасы ғана. Сарапшылардың айтуынша, жаңа блокчейн қосымшалары электрондық коммерцияның, сақтандыру операцияларының, Денсаулық сақтау саласындағы деректермен алмасудың, бизнеске және басқа салаларға арналған бухгалтерлік бағдарламалардың өсуі мен дамуын қамтамасыз ете алады.

Қаржылық парадигманың өзгеруі өте сирек кездеседі. Ол әрдайым әлемдік экономиканың дамуының жаңа кезеңін жүргізеді. Өйткені, алдымен металл ақша капитализм мен өнеркәсіптік революцияның хабаршысы болған банкноттарды есыстырды. Бүгінгі таңда әркімнің әмиянында қолма - қол ақша бар-бұл урбанизацияның белгісі. Алайда, Интернеттің пайда болуымен тауар-ақша қатынастары толығымен дерлік цифрлық кеңістікке көшті. 2022 жылдың сәуірінде криптовалюта нарығының капитализациясы 1 1,7 трлн құрайды. Бұл миллиондаған транзакциялар жүргізіліп, тәуелсіз жобалар дамып келе жатқан үлкен сала. Ірі компаниялар өсіп келе жатқан нарыққа көбірек назар аударуда:

1-кестеде. 2021 жылғы 28 желтоқсандағы биржадағы криптовалюта активтерінің жағдайын көрсетейік.

Кесте 1. 2021 жылғы 28 желтоқсанға арналған криптовалюталар

Актив	2021 жылғы желтоқсандағы капиталдандыру, АҚШ долл.	2021 жылғы желтоқсандағы баға, АҚШ долл.	2021 жылғы желтоқсандағы айналыстағы монеталар саны, дана.	Соңғы 24 сағат ішінде, %, ±
Bitcoin (BTC)	953.271.735.649	50403,39	18 912 850	-0,3
Ethereum (ETH)	478.585.524.909	4033,41	118 655 313	-0,8
Binance Coin (BNB)	94.274.595.225	560,7	168 137 320	2,9
Tether (USDT)	75.205.150.394	1000	75 205 150 394	-
Solano (SOL)	60.029.662.648	194,57	308 524 760	-1,5
Ripple (XRP)	43.606.314.633	0,917333 мың.	47 535 970 725	-0,2
Cardano (ADA)	48.125.873.737	1,5	32 083 915 825	3,3
USD Coin (USDC)	42.181.556.043	1,0	42 181 556 043	-
Terra (LUNA)	33.321.230.397	91,77	363 095 024	-7,6
Polkadot (DOT)	32.694.298.649	30,57	1 069 489 652	-3,3

Ескерту: [2] негізінде өзіндік даму.

Бүкіл өмір сүру кезеңінде биткоин 100 миллион еседен астам өсті. New Liberty Standart 2009 жылы монетаның бағамы 0,000764 долларға теңестірілгенін, ал 12 жылдан кейін ол 54,5 мың долларға саудаланғанын анықтады. Біртіндеп цифрлық ақша жеке пайдаланушылар мен компанияларға қаржылық даму үшін жаңа мүмкіндіктер ұсына алатындай Әлемдік экономиканы өзгертеді. Деректер бойынша Crypto.ru. 2022 жылдың басында BTC оң балансы бар әмияндардың саны 40 миллионнан асты.

Біраз уақыттан бері цифрлық индустрия басқалармен бірге дамымаған. Тек 2016 жылы биткоиннің алтынмен байланысы туралы ақпарат пайда болды. Қор нарығында белгісіздік болған уақыт аралығында бұл активтерді инвесторлар тәуекелдерді азайту құралы ретінде қарастырды.

Халықаралық аудармалар цифрлық технологияның арқасында жеңілдетілген. Бұл оларды тезірек және арзанырақ етеді. Таңбалауыштармен операциялар орталықтандырылмаған түрде жүргізіледі, делдалдардың қатысуын талап етпейді. Блокчейннің арқасында тәуекелдер де азаяды, өйткені бұл компанияларға ақылды келісімшарттар арқылы төлемдерді жіберуге және алуға мүмкіндік береді. Өндірістік процестер желіге тіркелу арқылы автоматты түрде орындалады, сондықтан оларды оңай бақылауға болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кочергин Д. А., Янгирова А. И. Цифровые валюты как новая форма денег центральных банков // ЭКО. 2019. № 10. С. 148-171. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2019-10-148-171.
2. Сапожков О., Крючкова Е. Цифровые активы двинулись вспять // Коммерсантъ. 2018. 30 ноября. [Эл. ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3814473>.
3. Кочергин Д. А. Системы электронных денег в финансовых центрах Азии // Мировая экономика и международные отношения, 2017b. Т. 61. № 7. С. 54–63.

УДК:339.5(575)

МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Усманова А.Р.

Научный руководитель: Ажибекова А.Д
Университет “Мирас”, город Шымкент, Казахстан

Түйін: Маркетингтік зерттеулерді жүргізудің көптеген әдістері бар және олардың әрқайсысының өзіндік бірегейлігі мен маңызы бар. Нақты нәтижелерге қол жеткізу үшін нарық туралы ақпаратты бастапқы және қайталама деректерге бөлу арқылы жинау қажет.

Summary: There are many methods of conducting marketing research, and each of them has its own uniqueness and significance. To achieve concrete results, it is necessary to collect information about the market, dividing it into primary and secondary data.

Существует множество методов проведения маркетинговых исследований, и каждый из них имеет свою уникальность и значимость. Для достижения конкретных результатов необходимо собрать информацию о

рынке, разделив ее на первичные и вторичные данные. Первичные данные являются основными, так как они собраны специально для текущего исследования, в то время как вторичные данные предоставляются из различных источников и охватывают более широкую картину. Опытные маркетологи рекомендуют начинать сбор вторичных данных, так как они доступны и недороги. Внутренние отчеты компании, интернет и СМИ — это основные источники вторичных данных. Важно отметить, что такая информация может быть недостоверной и неактуальной, что делает ее бесполезной для конкретной работы. Однако этот этап необходим для определения дальнейших стратегий и нахождения правильных источников информации.[1] Одним из наиболее распространенных методов сбора информации является опрос. В процессе опроса используется прямое задавание вопросов людям с целью получения информации о их знаниях, отношениях к товару, предпочтениях и покупательском поведении. Опросы могут быть структурированными или неструктурированными, а также прямыми или непрямыми в зависимости от целей и задаваемых вопросов. Анкетирование и интервьюирование являются основными формами опроса. Опросы обладают гибкостью и дают возможность получать разнообразные данные. Более того, они являются более быстрым и дешевым способом получения информации по сравнению с наблюдением и экспериментами. Однако при проведении опросов могут возникнуть проблемы, когда респонденты не могут ответить на определенные вопросы из-за отсутствия памяти или объективной информации.[2] Исследователи могут собирать информацию от респондентов через три основных способа:

1. Метод опроса, основанный на задании вопросов респондентам интервьюерами и фиксации ответов, обладает несколькими преимуществами. Во-первых, он обеспечивает обратную связь между интервьюерами и респондентами, что позволяет контролировать процесс опроса. Во-вторых, такой подход способствует установлению доверия между респондентом и интервьюером уже в начале опроса. В-третьих, данный метод позволяет учитывать особенности и уровень образованности опрашиваемых, помогая им разобраться в градациях используемых шкал.

2. Второй метод основан на задании вопросов с помощью компьютера и имеет следующие достоинства. Во-первых, данный подход отличается высокой скоростью реализации по сравнению с личным интервьюированием.

Компьютер может быстро задавать вопросы, адаптированные к ответам на предыдущие вопросы, а также быстро выбирать случайные телефонные номера и учитывать особенности каждого опрашиваемого. Во-вторых, в компьютерном методе отсутствуют ошибки интервьюера, поскольку компьютер не устает и его невозможно подкупить. В-третьих, данный метод позволяет использовать картинки, графики и видеоматериалы, интегрированные в вопросы и отображаемые на экране компьютера. В-четвертых, данные обрабатываются в реальном времени и непосредственно направляются в базу данных, что обеспечивает их доступность для табуляции и анализа в любое время. В-пятых, субъективные качества интервьюера не влияют на получаемые ответы,

особенно в случае персональных вопросов, поскольку респонденты не стремятся угодить интервьюеру 3. Тем не менее, компьютерный метод обследования имеет некоторые недостатки, связанные с относительно высокими затратами на приобретение и использование компьютеров, программных средств, а также процедуру очистки от компьютерных вирусов после каждого обследования и прочее. 4. Качественные методы обследования позволяют ответить на вопросы "почему" и "как". Они дают основание для формулировки гипотез, генерации идей и формирования выводов. Как правило, такие методы предоставляют субъективную информацию, часто неструктурированную и неподдающуюся выражению в цифрах. Они представляют собой сбор мнений и взглядов определенной группы лиц, отобранных по особым критериям. Такая информация позволяет оценить рынок в целом и делать выводы о мыслях потребителей, что является важным при создании новых продуктов, запуске рекламных кампаний и решении других подобных задач. Качественные методы также предоставляют основу для проведения маркетинговых исследований. Основные методы включают.[3]

Анализ фокус-группы представляет собой проведение группового интервью, где выбирается небольшая группа представителей изучаемой целевой аудитории. [4] Обычно в таких группах участвуют от 6 до 12 человек. Затем разрабатывается небольшой сценарий, целью которого является стимулирование обсуждения между участниками группы. Чтобы получить наиболее полную картину, обычно проводятся 3-4 фокус-группы в рамках одного исследования. Участники имеют свободу обсуждать заданную тему, делиться своими эмоциями и чувствами. Такие дискуссии позволяют понять, как клиенты воспринимают их предпочтения и стимулы, а также раскрыть их глубинные предпочтения и установки разобраться в запросах потенциальных клиентов. Однако, следует отметить, что этот метод исследования дает достаточно субъективные результаты. Тем не менее, они помогают получить более полное представление о рынке. Глубинное интервью, в свою очередь, является беседой с одним человеком, который представляет собой "типичного" представителя целевой аудитории. Респонденту задают ряд вопросов, на основе ответов на которые делаются выводы и выдвигаются гипотезы.[5]

Существует множество методов проведения маркетинговых исследований, которые различаются не только спецификой получаемых данных, но и трудоемкостью, достоверностью и скоростью получения результатов. Каждый метод эффективен в своих целях исследования. Особое значение имеют методы проведения маркетинговых исследований, которые становятся неотъемлемыми в случае серьезных целей и требуют получения максимально точной информации. В таких ситуациях стоимость ошибки оказывается слишком высокой.[6]

Список использованной литературы:

- 1.Маркетинг / М.Э. Сейфуллаева и др. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 256 с.
2. Маркетинг. - М.: КолосС, 2022. - 248 с.
- 3.Маркетинг. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 208 с.

4. Михалева, Е. П. Маркетинг. Краткий курс лекций / Е.П. Михалева. - М.: Юрайт, 2018. - 222 с.
5. Мумладзе, Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебное пособие / Р.Г. Мумладзе, В.С. Парамонов, Н.И. Литвина. - Москва: СИНТЕГ, 2018. - 160 с.
6. Рева, В.Е. Управление репутацией / В.Е. Рева. - М.: Дашков и К°, 2021. - 359 с.

УДК 338.46

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Филина Н.Ш., Ханышева А.В., Корнеева А.О.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко О.А.
Университет «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Таңдалған тақырыптың өзектілігі-қызмет көрсету саласында ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолдану оның динамикасына қосымша серпін береді, демек, халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға әсер етеді. Мақалада цифрлық шешімдердің, мемлекет пен қоғамның коммуникативтік байланысын кеңейтудің әсерінен Қазақстандағы қызмет көрсету саласының жай-күйі мен даму тенденциялары қарастырылады.

Summary: The relevance of the chosen topic lies in the fact that the use of information and communication technologies in the service sector creates additional impulses to its dynamics, and, consequently, has an impact on improving the quality of life of the population. The article discusses the issues of the state and trends in the development of the service sector in Kazakhstan under the influence of digital solutions, the expansion of communicative contact between the state and society.

Использование информационно-коммуникационных технологий в сфере услуг создает дополнительные импульсы к его динамике и, следовательно, влияет на улучшение качества жизни населения.

Цифровая трансформация приводит к появлению новых бизнес-моделей, включая так называемый проактивный сервис на основе данных. Чем больше провайдеры знают о своих клиентах, тем больше персонализированных предложений они могут создавать, предоставляя услуги, которые наилучшим образом удовлетворяют потребности клиентов и даже предвидят потребности, о которых сами клиенты могут еще не знать. Это позволит нам предоставлять услуги гражданам и предпринимателям, прогнозируя потребность в конкретной услуге на основе анализа транзакций.

Оцифровка сферы услуг в Казахстане происходит быстрее, чем в промышленных сегментах. В первую очередь это связано с возможностью быстрой адаптации технологических решений в организационных процессах, в то время как в промышленных сегментах основные средства обновляются редко, часть используемого производственного оборудования была произведена и введена в эксплуатацию более 30 лет назад.

Особый рост произошел в электронной коммерции. Электронная коммерция в настоящее время является ключевым фактором роста торговли в развитых и многих развивающихся странах, радикально изменяя обычные

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современной мировой экономики. Все больше потребителей в мире покупают товары через Интернет, а коммерческие организации, так или иначе, используют возможности этой сети при ведении деловой деятельности.

Электронная коммерция может быть отнесена к сегменту экономики, который включает в себя интернет-торговлю, а также услуги удаленной оплаты (включая использование электронных платежных систем).

Мировой рынок электронной коммерции развивается из-за двух форматов:

- Интернет-магазины. Веб-сайты, с помощью которых вы можете просмотреть информацию о интересующем продукте или услуге и сделать заказ. Количество предлагаемого ассортимента сильно варьируется. Это самый многочисленный класс платформ для онлайн-торговли.

- Маркетплейсы. Сайты агрегаторов или специализированные посредники, которые автоматически собирают и обрабатывают информацию от разных поставщиков (офлайн и онлайн) для разных групп продуктов, многие из них теперь могут заказывать и покупать товары без посещения веб-сайта поставщика[1].

Рост мирового рынка электронной коммерции наблюдается с 2014 года. Ежегодный рост мирового объема электронной розничной торговли составляет 16-23 процента в 2015-2020 годах. В список крупнейших мировых рынков электронной коммерции входят: Китай, США, Великобритания, Япония, Германия, Франция, Южная Корея, Канада, Россия и Бразилия [2].

В Казахстане, по оценкам Бюро национальной статистики агентства стратегического планирования и реформ Республики Казахстан, 82,2% населения страны являются пользователями глобальной сети, и уровень проникновения интернета неуклонно растет. Интерес предпринимателей к интернет-торговле растет, в том числе, из-за того, что в последние годы появилось много способов продвижения в Интернете, а рынки, на которых расположены компании, предлагают готовую целевую аудиторию, которую не всегда легко привлечь в автономном режиме.

Несмотря на беспрецедентный объем розничной торговли в Казахстане по сравнению с мировыми показателями, развитие электронной коммерции в нашей стране демонстрирует высокую динамику. При рассмотрении объема розничной торговли через интернет следует сказать, что доля онлайн-торговли в общей розничной торговле страны составляет: 1,0% в 2016 году, 4,1% в 2020 году. Структура рынка электронной коммерции в Казахстане состоит из 68% торговли товарами и 32% услуг. Среди товаров, пользующихся большим спросом, - строительные материалы, бытовая техника, косметика, одежда и обувь. Среди услуг - продажа авиабилетов и железнодорожных билетов, оплата культурных мероприятий и коммунальных услуг. Практически весь объем электронной коммерции составляет непродовольственные товары. Основную долю рынка среди регионов и городов занимает город Алматы.

В Республике около 500 действующих интернет-магазинов и порталов, в том числе такие крупные, как Air-Astana, Казахтелеком, Казахстан Темир Жолы, Beeline, K-Cell, Sulpak, Планета электроники, Chokolife.me, BeSmart.kz, Ticketon.kz, MyPay.kz, e-government (государственные услуги) и пр. Планируется выход на рынок электронной коммерции таких крупных игроков как гостиничные сети, авиагентства, турфирмы, платёжные агрегаторы, несколько торговых площадок, M-top Up и др[3].

Введение социального дистанцирования, карантина и других ограничительных мер в ответ на пандемию КОВИД-19 привело к фундаментальному сдвигу в структуре глобального спроса на покупки товаров в интернете, а также к увеличению использования инструментов цифровой связи и дистанционное потребление, такое как социальные сети, интернет-телефония, телеконференции, потоковое видео.

Кризис, вызванный пандемией КОВИД-19, ускоряет распространение электронной коммерции на новые фирмы, клиентов и типы продуктов. Ожидается долгосрочный переход бизнеса электронной коммерции с предметов роскоши и услуг на предметы первой необходимости [4].

Для ускорения развития электронной коммерции в Казахстане необходимо:

- дальнейшее повышение уровня проникновения (покрытия) интернета, например, за счет покрытия территорий городов беспроводной технологией LTE 4G и Wi-Fi, что увеличит охват целевой аудитории;

- повышение уровня доверия к интернет-торговле и электронной коммерции в целом за счет информирования общественности о безопасности электронной коммерции;

- дальнейшее развитие рынка «электронных денег», популяризация «электронных кошельков» путем информирования пользователей об альтернативе наличным деньгам и как доступном и удобном способе оплаты.

- развитие пользовательских навыков;

- упрощение электронных расчетов путем признания действительности электронных счетов и фискальной обработки информационных систем;

- создание компаний, специализирующихся на доставке товаров, приобретенных через интернет.

Сфера предоставления государственных услуг в Казахстане осуществляется посредством следующих каналов: электронное правительство, ЦОН, государственные органы, Правительство для граждан (рисунок 1) [5].

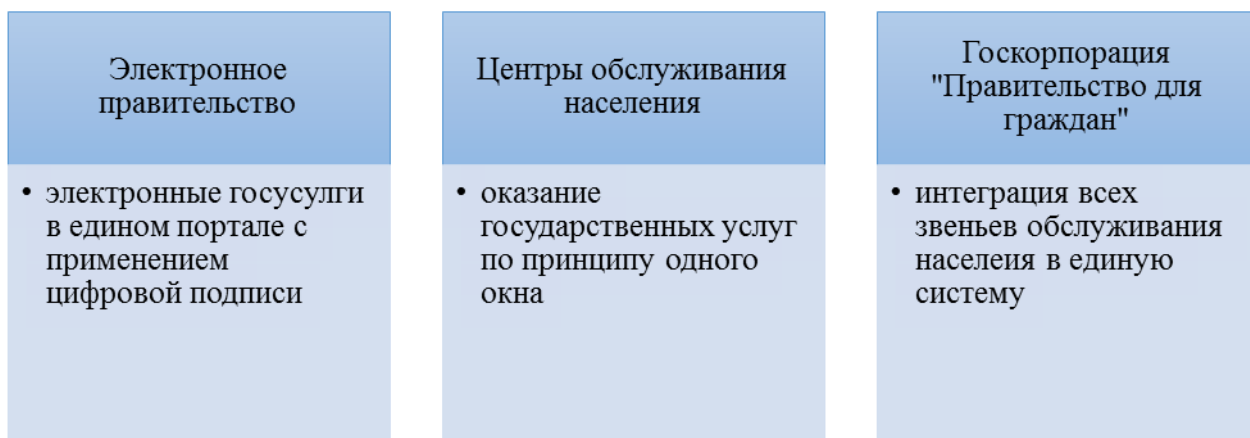


Рисунок 1 – Каналы предоставления государственных услуг в Казахстане

Особого внимания заслуживает портал электронного правительства Казахстана – Egov.kz. Данный цифровой ресурс представляет собой прогрессивную информационную структуру, разработанную для облегчения взаимодействия государственной власти с населением страны. Электронное правительство базируется на распределенной ИКТ-инфраструктуре, развернутой в масштабах государства. Egov.kz является частью мероприятий административной реформы, цифровой трансформации, задаваемой принципами цифровой экономики [6].

Дальнейшая интеграция цифровых технологий необходима для того, чтобы Казахстан вошел в список 30 самых конкурентоспособных экономик мира и улучшил благосостояние населения.

Таким образом, процесс цифровой трансформации сектора услуг в Казахстане набирает обороты, что значительно влияет на качество жизни населения, с одной стороны, из-за растущего местоположения и значимости сектора услуг в национальная экономика. С другой стороны, оцифровка определенных отраслей и видов деятельности, направленных на обслуживание населения, влияет на лояльность потребителей, экономит время и более полно удовлетворяет их потребности, то есть способствует улучшению качество жизни населения.

Список использованной литературы:

1. Ерохин В. Л. Мировая торговля и рынки в 2020-2021 гг. под влиянием пандемии COVID-19 // Маркетинг и логистика. – 2021. – 4 (36). — с. 10-22.
2. Ж. Батталов. Анализ сферы услуг в Казахстане. Вестник КазНУ. Серия экономическая. №1 (95). 2018
3. Казахстан в 2020 год. Статистический сборник / Под ред. Айдапкелова Н.С. – Нур-Султан, 2021. – 276с.
4. Информационно-аналитический отчет «Анализ международного опыта внедрения цифровых решений» АО «КАЗАХСТАНСКИЙ ЦЕНТР ИНДУСТРИИ И ЭКСПОРТА «QAZINDUSTRY» Нур-Султан, 2020.
5. К.Жандыбаев. Цифровизация экономики: мировой опыт и возможности прорыва для Казахстана. // <https://strategy2050.kz/ru/news/51190/> 2020. № 6 стр 1785-1788

6. Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан. Результаты опроса экспертов. Декабрь 2020. [Электронный ресурс]. e-commerce.pdf (pwc.com) стр. 9-11

УДК 618.14.012

ЭФФЕКТ РЫЧАГА: ФИНАНСОВЫЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ ЛЕВЕРИДЖ

Чолпонкулова Н.Э.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Гапурбаева Ш.Р.
Международный университет Кыргызстана, г.Бишкек, Киргизия

Түйіндеме: "Леввередж" ұғымы (ағылш. Leverage) сөзбе-сөз "рычагтың әрекеті" дегенді білдіреді және бір шаманың екіншісіне қатынасын көрсетеді. Леввередждің әсері леввередждің шамалы өзгеруінің өзі онымен байланысты қаржылық көрсеткіштерге айтарлықтай әсер етуі мүмкін екендігінде көрінеді. Леввередж-бұл компанияның қаржылық жағдайының негізгі көрсеткіштерінің бірі.

Summary: The concept of "Leverage" literally means "lever action" and reflects the ratio of one value to another. The leverage effect is manifested in the fact that even a slight change in the leverage value can significantly affect the financial indicators associated with it. Leverage is one of the key indicators of a company's financial position.

В финансовом анализе наиболее часто оценивается текущее значение и динамику двух видов леввериджа, которые используются всеми компаниями:

- Операционный левверидж.
- Финансовый левверидж.

Операционный левверидж часто называют «производственным рычагом»: он свидетельствует об уровне **предпринимательского риска**.

Финансовый левверидж также носит название «кредитный рычаг» и отражает уровень **финансового риска** или **риска потери финансовой устойчивости** компании.

Операционный левверидж часто называют производственным или хозяйственным. Он показывает на сколько процентов изменяется балансовая прибыль предприятия при изменении выручки на 1 процент. Поэтому зная среднее или текущее значение операционного рычага компании и имея план по выручке, можно прогнозировать и изменение операционной прибыли.

Эти два определения (еще они называются финансовый рычаг и операционный рычаг) используются в корпоративных финансах как способ количественно выразить степень риска. Его использование облегчает сравнительный анализ компаний, имеющих разный объем бизнеса, для сравнения их финансовой и бизнес устойчивости в схожих отраслях деятельности.

Финансовый левверидж - это объем долгового финансирования, используемого компанией, по отношению к ее долевному (акционерному) финансированию.

Долговое финансирование возникает когда компания привлекает кредиты или выпускает облигации, которые могут быть обеспечены залоговым имуществом. Чем больше объем заимствований, тем выше финансовый риск для акционеров компании и, следовательно, тем выше должна быть доходность для акционеров. Поэтому при повышении показателя финансового левериджа растет и стоимость (доходность) собственного (акционерного) капитала.

Деятельность предприятия нужно финансировать когда бизнес растет, привлекать долговое финансирование. Однако, высокий объем заемного финансирования создает финансовый риск. Как он проявляется для разных заинтересованных участников деятельности компании:

а) для владельцев обыкновенных акций: высокие показатели финансового левериджа увеличивают волатильность (переменчивость) прибыли после налогов, т.е. прибыль которая доступна для акционеров. Если у компании большой объем долгового финансирования, то незначительное уменьшение операционной прибыли приводит к значительному снижению прибыли после налогов для распределения акционерам. Большая волатильность доходности для акционеров, означает что финансовый риск повышен.

б) компания в целом и ее работники: если у компании накапливаются долги, которые она не может вовремя вернуть, это может привести к ее ликвидации, а это потеря рабочих мест и неопределенность в дальнейшем трудоустройстве рабочих с возможными социальными сложностями.

в) поставщики и кредиторы: если компания не способна вернуть долги, при ее ликвидации может возникнуть ситуация, когда поставщики не смогут полностью получить свои деньги. Поэтому кредиторы потребуют больший процентный доход, чтобы компенсировать свой повышенный финансовый риск [1].

Финансовый леверидж показывает в какой степени деятельность компании финансируется за счет заемных, а не собственных средств.

Финансовый леверидж = (капитал с преимущественным правом требования) / (собственный капитал включая резервы), или

Финансовый леверидж = (капитал с преимущественным правом требования) / (всего задействованный капитал), где капитал с преимущественным правом требования = долговое финансирование + привилегированные акции.

Для расчета финансового рычага на основе рыночной стоимости используют альтернативный метод расчета коэффициента:

Финансовый леверидж = (Рыночная стоимость капитала с преимущественным правом требования) / (Рыночная стоимость собственного капитала + рыночная стоимость капитала с преимущественным правом требования).

Есть мнение, что коэффициент финансового левериджа, рассчитанный на основе показателей отчета о финансовом положении, дает кредиторам лучшее представление об обеспеченности капитала с фиксированными процентами.

Чем выше показатель финансового левериджа, тем больше риск того, что у компании остается совсем мало прибыли для выплаты дивидендов по обыкновенным акциям или ее не останется вообще. Дивиденды по привилегированным акциям должны выплачиваться в любом случае из чистой прибыли, независимо от суммы прибыли компании.

Леверидж в сущности оценивает способность компании оставаться на рынке. Компании у которых показатель левериджа высок, приходится платить ежегодно большие суммы процентов. Если заимствования каким-то образом обеспечены, держатели долговых инструментов имеют право заставить компанию продать активы, чтобы рассчитаться по процентам и основному долгу [2].

Результаты деятельности компании во многом зависят от ситуации на рынке (изменений ВВП, колебаний уровня процентных ставок, инфляции, изменений курса национальной валюты и др.). Если компания характеризуется низким значением операционного рычага, то значительная доля постоянных издержек усиливает последствия негативных изменений на рынках, увеличивает риски компании. Действительно, переменные издержки будут сокращаться вслед за снижением производства, вызванного воздействием рыночных факторов, но если постоянные издержки снизить не удастся, то прибыль будет сокращаться.

Существует несколько способов расчета операционного рычага, второй метод.

Маржинальная прибыль / РВІТ, в этом расчете если коэффициент высокий, то это говорит о большой доле постоянных затрат и это более опасно для кредиторов. Мне более понятен для расчета первый метод расчета операционного левериджа.

Список литературы:

1. Цвирко С.Э. Венчурное финансирование как фактор инновационного развития экономики России //Вестник ТГУ, №9(89), 2015. – С.149-156.
2. Иода Е.В. Венчурное финансирование инновационной деятельности//Вестник ТГУ, №10 (78), 2019. – С.39-43

ӘОЖ 339.94.2

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛПЕРДЕ ҰЙЫМДЫ ІЛГЕРІЛЕТУДЕГІ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГІНІҢ РӨЛІ

Шатайбеков Д.Б., Ораз Т.Ә., Арапбай А.Р.
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., аға оқытушы Сатыбекова Э.Г.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье приведен анализ особенностей применения контент-маркетинга в продвижении организации в социальных сетях, рассмотрены положительные и отрицательные стороны использования контент-маркетинга в социальных сетях.

Summary: The article analyzes the features of the use of content marketing in the promotion of an organization in social networks, examines the positive and negative aspects of the use of content marketing in social networks.

Таңдалған тақырыптың өзектілігі "әлеуметтік желілерде ұйымды ілгерілетудегі контент-маркетингтің рөлі" қазіргі кезеңде интернеттегі сауданың тез кету процесі орын алатындығына байланысты. Көтерме және бөлшек ірі компаниялар жаңа сатып алушыларды тарту үшін корпоративтік әлеуметтік медиа блогтарын ашады. Сонымен қатар, әлеуметтік желілер танымал және танымал болу үшін шағын бизнесті қолдана бастайды және осылайша нарықтағы үлесті кеңейтеді.

Сатуды арттыру үшін әлеуметтік медианы пайдалану мәселесінде контент-маркетинг технологиясы үлкен маңызға ие [7, с. 23].

Контент-маркетинг дегеніміз-маркетингтің ерекше технологияларының жиынтығы, оның мақсаты сатылатын мазмұнды қалыптастыру және оны жаңа клиенттерді тарту және бұрыннан бар клиенттерді ұстап тұру үшін тауарларды әлеуетті сатып алушыларға жылжыту арналарын дамыту болып табылады.

Жалпы жағдайда жарнамалық арналар әр түрлі болуы мүмкін: баспа құралдары, теледидар, Интернет және т.б. контент-маркетинг жүйесінде әлеуметтік желілер маңызды рөл атқарады.

Мазмұнды маркетинг ұғымын "жарнама" терминімен араластыруға болмайды-бұл әр түрлі нәрсе. Мазмұн маркетингінде әдетте тауардың немесе тауар брендінің тікелей жарнамасы болмайды. Алайда, контент маркетингі белгілі бір тауарларды /брендтерді жарнамаламаса да, әлеуетті сатып алушыны белгілі бір тауардың және/немесе брендтің бәсекелестерден артықшылығы бар және оны сатып алу керек деп сендіреді. Мысалы, мұндай сенім тауарлардың белгілі бір түрін (мысалы, сүт, автомобиль, Жиһаз және т.б.) таңдау бойынша кеңестер аясында жүзеге асырылуы мүмкін.

Әдетте, котенка маркетингі белгілі бір сенімді интонацияны қамтитын әлеуетті сатып алушымен қарым-қатынастың ерекше тәсілін қамтиды.

Интернеттегі әлеуметтік желі дегеніміз-жылдам хабар алмасу арқылы пайдаланушылар арасында байланыс орнатуға мүмкіндік беретін көптеген қолданушы құрылымы бар веб-сайттың ерекше түрі.

Әлеуметтік медиа келесі сорттар болуы мүмкін:

- әр түрлі талғамға арналған мазмұны бар әмбебап сипаттағы әлеуметтік желілер,

- мазмұны қандай да бір түрде аудиторияның белгілі бір сегментіне бағытталған мамандандырылған сипаттағы әлеуметтік желілер, мысалы, кәсіби әлеуметтік желілер (дәрігерлер, бизнесмендер және т. б.) немесе белгілі бір хоббиді ұнататындарға арналған әлеуметтік желілер (аңшылар, балықшылар және т. б.),

Әлеуметтік желілерде қарапайым БАҚ-тан бірқатар айырмашылықтар бар. Олардың ішіндегі ең бастысы-әлеуметтік желілер өз пайдаланушыларында

қауымдастық сезімін, яғни белгілі бір қауымдастыққа жататындығын пайдаланады. Бұл өте көп пайдаланушыларды тартады.

Гүлшоғырлардың қызықты ерекшелігі-олар толық немесе шектеулі анонимділік жағдайында кең қарым-қатынас жасауға мүмкіндік береді: пайдаланушы өзін бүркеншік ат деп атай алады, өзі туралы қалаған ақпаратты ғана жеткізе алады. Бірге, бұл Пайдаланушының өзі таңдаған рөлде сөйлесуге мүмкіндік береді.

Әлеуметтік желілердің танымалдығы оларды маркетингтердің назарын аударады.

Сонымен, 2022 жылы жүргізілген зерттеулер келесі статистиканы берді: 45% - ға дейін, әдетте, азық-түлік емес тауарларды сатып алмас бұрын танымал блогерлердің 3-5 әлеуметтік медиа жазбаларын (әдетте YouTube немесе Instagram) қарайды. Демек, тұтыну тауарларын өндіруші немесе сатушы компанияның әлеуметтік желілердегі маркетингтік қызметтен бас тартуы сатып алушылардың жартысынан азын жоғалтуға әкеледі.

Әр түрлі маркетингтердің сауалнамаларына сәйкес компаниялар, қазіргі кезеңде көтерме және бөлшек сауда компанияларының 60%-на дейін контент-маркетингті белгілі бір дәрежеде қолданады. Өндірістік компаниялар үшін-маркетингтің бұл түрі белгілі бір саланың ерекшелігіне байланысты 20% - дан 60% - ға дейін қолданылады [5, с. 353].

Демек, осы кезеңдегі әлеуметтік желілер қазіргі заманғы бизнестің назарына айналды.

Алайда, тәжірибе көрсеткендей, әлеуметтік желілерде өнімді және/немесе брендті жылжыту үшін мазмұнды маркетингті қолдану жаңа сатып алушылар ағыны түріндегі Автоматты табысқа кепілдік бермейді.

Әлеуметтік желілерде өнімді және/немесе брендті жылжыту үшін контент-маркетингті пайдалану тәжірибесі процестің тиімділігіне әлеуметтік желінің ерекшеліктері айтарлықтай әсер ететіндігін көрсетті:

- әлеуметтік желіде қабылданған блогердің пайдаланушылармен байланыс технологиясы,
- нақты әлеуметтік желіні пайдаланушылар базасы,
- белгілі бір әлеуметтік желідегі хабарламалар мұрағатының болуы немесе болмауы, сондай-ақ пайдаланудың ыңғайлылық деңгейі.
- сізге ұнайтын хабарламаларды және/немесе пікірлерді (ұнатуларды) және т. б. белгілеу мүмкіндігі.

Осылайша, белгілі бір әлеуметтік желіні жасаушылар әлеуметтік желілерде өнімді және/немесе брендті жылжыту үшін контент-маркетингті пайдалану процесінің тиімділігіне айтарлықтай әсер етеді.

Сонымен қатар, әлеуметтік желілерде өнімді және/немесе брендті жылжыту үшін мазмұнды маркетингті пайдалану процесінің тиімділігі нарықтың және компанияның (брендтің) нақты ерекшеліктеріне байланысты. Тәжірибе көрсеткендей, маңызды шарттар:

- нарықтың белгілі бір сегментінің қанықпау деңгейі, егер нарықтың осы сегментінде әлеуметтік желілерде мазмұн тым көп болса, онда сәттілік күмән тудырады,

- Бизнесінің нарықтағы өкілдік деңгейі, егер ол федералды деңгейде ұсынылса, онда оның әлеуметтік желілерде әлеуетті аудиториясы бар, әйтпесе дайын аудиториясыз мәселенің сәттілігі,

- Ресей Федерациясының жекелеген субъектілері деңгейінде жұмыс істеу мүмкіндігінің болуы / болмауы, әдетте бұл ұлттық республикалар, ал тауар / бренд аудиторияның ұлттық – мәдени ерекшеліктеріне қандай да бір түрде оң әсер етеді,

- компания ішіндегі бизнес-процестердің реттелу деңгейі, әлеуметтік желілердегі контент-маркетинг тұтастай алғанда бизнесті нашар басқарудың орнын толтыра алмайтыны түсінікті,

- нарықта ұсынылатын өнімнің тартымдылық / сұраныс деңгейі, әлеуметтік желілерде өнімді сәтті жылжыту үшін ықтимал сұранысқа ие өнім болуы керек екені анық.

Өнімді/брендті жылжыту үшін әлеуметтік желілердегі контент-маркетингті пайдаланудың негізі әлеуетті сатып алушы үшін алдымен алғысы келетін, содан кейін оны басқа адамдармен бөліскісі келетін құнды ақпаратты қалыптастыру болып табылады. Мазмұнды маркетингте әлеуетті сатып алушы үшін құнды ақпаратты қалыптастыру үшін бірнеше мазмұн түрлері қолданылады:

- ойын-сауық сипатындағы ақпараттық материал,
- білім беру сипатындағы ақпараттық материал,
- ынталандырушы сипаттағы ақпараттық материал,
- пайдаланушы (прагматикалық) сипаттағы ақпараттық материал,
- вирустық (ситуациялық) сипаттағы ақпараттық материал,
- жарнамалық (нақты сатылатын) сипаттағы ақпараттық материал [3, с.

65],

Осылайша, контент-маркетинг дегеніміз-маркетингтің ерекше технологияларының жиынтығы, оның мақсаты ең көп сатылатын мазмұнды қалыптастыру және оны жаңа клиенттерді тарту және бұрыннан бар клиенттерді ұстап тұру үшін тауарларды әлеуетті сатып алушыларға жылжыту арналарын дамыту болып табылады.

Интернеттегі әлеуметтік желі дегеніміз-жылдам хабар алмасу арқылы пайдаланушылар арасында байланыс орнатуға мүмкіндік беретін көптеген қолданушы құрылымы бар веб-сайттың ерекше түрі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Аристов, В.Г. Реклама: / В.Г. Аристов. - М.: Росиздат, 2022. - 429 с.
2. Борисова, Н.Н. Реклама. / Н.Н. Борисова; СибАГС. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2011. – Ч. 1. – 226 с.
3. Гусаков, Р.С. Реклама в фармацевтике. Интегрированное пособие / Р.С. Гусаков. - М.: Комиздат, 2021. – 260 с.
4. Жучков, Е.В. Реклама / Е.В. Жучков. - М: Сэлдом, 2022. - 591 с.

УДК 336.5

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ О ЗАТРАТАХ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Шин Е.В., Құрманәлі А.О., Чередниченко Г.М.
Научный руководитель – к.э.н., старший преподаватель Туребаева Ж.К.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Кәсіпорынның шығындарына қатысты ағымдағы басқару туралы ақпарат басшылыққа нақты ақшалай қаражаттардың ағынының тиімділігін талдау, қаржы көрсеткіштерінің болжамы, кәсіпорынның кірістілігі, мотивациялық мақсаттар қоюға мүмкіндік береді, сондай-ақ кәсіпорынның өндіріс құнының ең маңызды есептерін жүргізеді. Мақалада кәсіпорын өндірісінің құнын есептеу бағалық саясатты анықтайды және компанияның қаржылық қызметі туралы ең маңызды ақпаратты көрсетеді.

Summary: Up-to-date management information on the company's costs not only allows management to analyze the effectiveness of real cash flow, make forecasts of financial indicators, profitability of the enterprise, set motivational goals, but also make important calculations of the cost of production of the enterprise. Calculation of the cost of production of the enterprise determines the pricing policy and reflects the most relevant information about the financial activities of the company.

Функционирование рыночных механизмов и взаимосвязей субъектов экономики Республики Казахстана неразрывно связаны с формированием и становлением учетных систем отдельного предприятия. На современном этапе развития экономики отмечается важность и актуальность исследования управленческого учета, как учетной системы, разработанной в целях эффективного управления и стратегического планирования, а также используемой менеджментом предприятия. Система управленческого учета своими подходами многогранности, комплексности и гибкости сформировала необходимость внесения корректировок в существующие методологические основы учета. Актуализация системы управленческого учета на предприятии позволяет построить структуру управленческой информации наиболее оптимально с точки зрения готовности к изменениям макро- и макроэкономических условий рынка, сформировать корректные и эффективные стратегические планы развития предприятия.

Формирование эффективной системы управленческого учета наиболее актуально в случае ее использования в отраслях экономики РК. В условиях кризисных периодов экономики в первую очередь для Казахстана, бюджет которой напрямую взаимосвязан с ценами на ресурсы - нефть и газ, важно исследовать особенности построения системы управленческого учета в целях формирования наиболее корректной и показательной информации о текущей деятельности компании, особенно с подробным расчетом движения денежных потоков (доходов и расходов). Учитывая, что доходная составляющая

компании формируется в основном от реализации добытой продукции, то возникает потребность в проведении подробного анализа затрат компании и порядка организации их учета.

Актуальная управленческая информация о затратах предприятия не только позволяет менеджменту проанализировать эффективность реального движения денежных средств, сделать прогнозы финансовых показателей, рентабельности предприятия, поставить мотивационные цели, но и провести важнейшие расчеты себестоимости продукции предприятия. Калькулирование себестоимости продукции предприятия определяет ценовую политику и отражает наиболее актуальную информацию о финансовой деятельности компании.

Современное развитие бухгалтерского, финансового, производственного, налогового и управленческого учетов, их взаимосвязь, существующие ошибки при ведении учета, отсутствие комплексной системы. Включающей в себя методы, процедуры и техники учета затрат на производство и калькулирования себестоимости определяет необходимость частой актуализации методологии учетных систем, что представляется важным для управленческого учета, который базируется не только на бухгалтерском учете, но и включает в себя информацию других систем.

Одной из часто встречающихся причин неэффективного функционирования предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе являются неточности и проблемы при формировании системы управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании.

С теоретической и практической точек зрения система управленческого учета затрат на производство и калькулирования себестоимости не обосновано на законодательном и нормативном уровнях. Отсутствие нормативов в методологии формирования управленческого учета создает основу для практического обоснования существующих методов и реализации их в форме рекомендаций к существующим методикам или разработки новых [1].

Важность и актуальность научного исследования системы управленческого учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции предприятия подчеркивают все вышеперечисленные факторы. На их основе, учитывая практический опыт работы в компании, автором представлен комплекс методов, принципов и техник управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Для организации, проведен научный анализ теоретических особенностей и практического опыта конкретной компании в нефтяной сфере с предложением собственных форматов проводок, структуры счетов, порядка открытия и закрытия счетов управленческого учета, схемы операций по учету расходов и калькулированию себестоимости и др. Предложенные методы в комплексе с другими учетными операциями и рекомендациями реализованы в виде системы управленческого учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции организации.

Определенная необходимость разработки системы управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в нефтедобывающих организациях и определяют актуальность темы диссертационного исследования.

В рамках исследования проводится анализ нормативно-правовой базы и законодательного регулирования, концептуальных основ становления системы управленческого учета в Казахстане и в мире с целью определения основных особенностей и проблем организации учетной системы с акцентом на затраты предприятия. Обращено внимание на особенности калькулирования себестоимости продукции предприятия, базируясь на практическом опыте управленческого учета затрат в нефтедобывающих организациях.

Всесторонне не исследованы и не решены актуальные вопросы методологии учета, планирования и контроля затрат, внедрения управленческого учета затрат с целью принятия стратегических решений в нефтедобывающих предприятиях. Не проведена научная работа по разработке методологии управленческого учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции предприятия. Не уделено должное внимание особенностям организации затратных счетов и формированию аналитических группировок затрат в рамках порядка организации управленческого учета затрат на предприятии.

Настоящее исследование базируется на практическом опыте, полученном при участии в процессе управленческого учета нефтедобывающих предприятий в Казахстане.

В частности, подготовлен порядок организации учета затрат, разработаны методические рекомендации по организации затратных счетов и формированию аналитических группировок затрат, разработана методология управленческого учета затрат нефтедобывающих организаций, а также отдельно предложены схемы калькулирования себестоимости продукции нефтедобывающих компаний.

Информация, полученная в процессе исследования, может быть использована на практике организациями для совершенствования системы управленческого учета, повышения эффективности функционирования предприятия в целом, а также аудиторскими организациями для повышения эффективности осуществления проверок организаций.

Бухгалтерский управленческий учет обеспечивает управленческий персонал организаций информацией необходимой для планирования, контроля и управления. Объектом управленческого учета являются издержки (текущие и капитальные) предприятия и его отдельных структурных подразделений – центров ответственности; результаты хозяйственной деятельности, как всего предприятия, так и отдельных центров ответственности; внутреннее ценообразование, бюджетирование и внутренняя отчетность [2].

Для принятия оптимальных и рациональных управленческих решений необходимо знать о составе своих затрат и разбираться в информации о производственных расходах.

Одной из самых актуальных проблем методологии и практики отечественного бухгалтерского учета является проблема состава текущих издержек производства и обращения, учета и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) и порядка формирования финансовых результатов деятельности организаций.

Издержки (затраты) производства группируются и учитываются по видам, местам их возникновения и носителям затрат.

Цель учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции заключается в своевременном, полном и достоверном определении фактических затрат, связанных с производством и сбытом продукции, исчислении фактической себестоимости отдельных видов и всей продукции, контроле за использованием ресурсов и денежных средств. Непрерывный текущий учет издержек в местах возникновения затрат, повседневного выявления возможных отклонений от установленных норм, причин и виновников этих отклонений должен удовлетворять требованиям оперативного управления производством.

Чтобы затраты на единицу выпускаемой продукции были минимальны, необходимо сделать так, чтобы принимаемые решения были ориентированы на минимизацию затрат. Особую роль в производстве играет процесс прогнозирования, в ходе которого затраты предприятия, по критерию временного блага, рассматриваются в краткосрочном и долгосрочном периодах. Это обусловлено тем, что краткосрочный и долгосрочный периоды отличаются по возможностям, которые возникают у организации.

Принятые управленческие решения не могут быть осуществлены, если они не будут иметь непосредственные связи с процессом планирования, в ходе которого предполагаемые затраты, связанные с выполнением производственной и коммерческой деятельности, рассматриваются с точки зрения возможностей их охвата планом. В этих целях затраты предприятия необходимо подразделять на планируемые и непланируемые.

Большое значение имеет классификация затрат в зависимости от их отношения к действующим на предприятии нормам, нормативам, лимитам и стандартам. По данному признаку все затраты, включаемые в себестоимость продукции, группируются в разрезе установленных норм, действующих на начало текущего месяца, и по отклонениям от действующих норм, возникшим в процессе производства. Такое деление затрат лежит в основе нормативного учета и является важнейшим средством текущего оперативного контроля за уровнем издержек производства [3].

Для того, чтобы полнее выявить затраты предприятия, определить себестоимость отдельных видов продукции с учетом особенностей организации и технологии производства необходимо правильно определить объекты формирования и учета затрат.

Список использованной литературы:

1. Валебникова Н.В. Современные тенденции управленческого учета. – М.: Бухгалтерский учет. – 2019 - № 18 – 48 с.

2. Назаров В.Л., Фурсов Д.А., Фурсова С.Д. Управленческий учет : Учебник / Алматы : Экономика, 2018.-308с.6

3. Тайгашинова К.Т. Управленческий учет : учебное пособие/2-е изд., перераб. И доп. – Алматы : ЛЕМ, 2016.-350с.

УДК 336

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ КАПИТАЛЬНОЙ БАЗЫ БАНКОВ

Шмодина А.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Гапурбаева Ш.Р.
Международный университет Кыргызстана, г.Бишкек, Киргизия

Түйіндеме: Дамыған банк жүйесі, жоғары капиталдандырылған, тиімді жұмыс істейтін банктер тұрақты экономикалық өсудің қуатты факторы болып табылады. Қазақстан Республикасының Үкіметі мен Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі банк секторын капиталдандыруды арттыруды басым міндеттер қатарына жатқызады.

Summary: A developed banking system, highly capitalized, efficiently operating banks are a powerful factor of sustainable economic growth. The Government of the Republic of Kazakhstan and the National Bank of the Republic of Kazakhstan consider increasing the capitalization of the banking sector among the priorities.

Создание эффективной и конкурентоспособной банковской системы невозможно без повышения ее капитализации, финансовой устойчивости, прозрачности отчетности, дальнейшей декриминализации. В условиях нарастающей глобализации финансовых рынков и необходимости упрочения позиций национальной банковской системы значимость данного вопроса становится еще более высокой [1, с. 25].

От размера собственного капитала банка, его структуры во многом зависят финансовые результаты деятельности кредитной организации, а также возможности увеличения вложений в экономику страны и расширения спектра услуг, оказываемых клиентам банка.

Собственный капитал остается основой надежности и устойчивости банка, фундаментом его деятельности и гарантией его безопасности. Именно высокие требования к капитальной устойчивости банка и пристальное внимание со стороны надзорных органов к соблюдению стандартов достаточности капитала для покрытия банковских рисков позволяют сохранить устойчивость банковской системы в целом.

Для выработки нормативных требований к банковской деятельности, необходимо четко определить результат их применения. Это, в свою очередь, требует четкого определения собственного капитала банка, его качественных характеристик, функций и факторов, на него влияющих. Банковская система РК уникальна.

Особенности её современного построения существенно отличаются от построения банковских систем развитых стран.

В Японии сложилась система, основой которой являются "городские" банки, то есть крупные обычные (коммерческие) финансовые институты. Влияние таких кредитных учреждений распространяется на всю страну, а в сферу их обслуживания входят крупные предприятия, как правило, одной с банком финансово-промышленной группы. Немаловажное значение имеют региональные банки [2, с. 129].

По своим функциям трастовые банки делятся на те, что выполняют функции долгосрочного финансирования, и те, что занимаются финансовым управлением. Помимо этого, в Японии существуют кредитные учреждения малого бизнеса: общие (взаимные) банки, кредитные ассоциации и кредитные кооперативы.

Все японские банки входят в банковские ассоциации, созданные по географическому принципу во всех префектурах и крупных городах страны. В их задачу входит содействие развитию банковского бизнеса, а также финансовому и экономическому процветанию регионов [3, с. 145].

Японские банки выполняют следующие операции - платят различным фирмам за коммунальные услуги, расплачиваются за покупки в магазинах, перечисляют деньги на счет его клиентов за выполненную ими работу и даже самостоятельно связываются с компаниями-работодателями, если на счет клиента своевременно не поступает заработная плата.

Я, предлагая следующие пути развития банков РК, США, Японии и Европейского союза по следующим направлениям:

1. Изменить институциональный характер банковской системы. Процесс сокращения общего числа банков с одновременным ростом их филиальной сети за последние 6 лет, как в РК, так и в развитых странах имеют общую направленность, однако причины этого различны. Доля банковских систем развитых стран они связаны с процессами слияния и поглощения, в то время как в РК данному процессу способствовало ужесточение законодательства и вследствие этого череда банкротств.

2. Изменить мощность банковской системы. Увеличить соотношения активов банковского сектора с ВВП, как в РК, так и в развитых странах свидетельствует о возрастающей роли банковских учреждений в экономике страны, что является подтверждением правильности проводимых реформ в этом секторе, связанных со стимулированием процесса кредитования населения.

3. Изменить стоимость кредитных ресурсов. Снизить величину процентной ставки банками стран с развитой банковской системой способствовало усилению конкуренции между кредитными учреждениями за своего клиента.

Пути развития казахстанского банка отличается от банков развитых стран:

1. Степень универсализации банковской деятельности. Малая доля универсальных банков в общем числе всех банковских учреждений страны. В

РК этот показатель составляет только 0,13 (13%), по сравнению с развитыми странами, где он превышает 0,35 (35%).

2. Развитие процесса слияния и поглощения. Слабость процесса укрупнения банковских учреждений в РК путём слияния и поглощения крупными банками более мелких.

3. Масштабность кредитования. Недостаточность масштабов кредитования населения и реального сектора экономики. Существенным недостатком проведённого анализа является малая масштабность данных, что допускает возможность совершения ошибок при формулировании основанных на них выводов.

Список использованной литературы:

1. Симановский А.Ю. Базельские принципы эффективного банковского надзора // Деньги и кредит - 2016.-№5
2. Соколов Ю.А., Шпартюк И.А. Практические аспекты достаточности капитала в ходе проверок кредитных организаций // Управление в кредитной организации - 2016. -№1.
3. Солодков В.М. Инспекторы нового поколения // Банковское дело-2016. -№4

ОӘЖ 657.2/32

ШАҒЫН БИЗНЕС ҮШІН ҚАРЖЫЛЫҚ ТАЛДАУ ПРОЦЕДУРАЛАРЫ

Эрметова Ш.Ә., Тлепова З.Ж., Болтабаева Д.Р.

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор – Агабекова Г.Н.
Университет «Мирас», Қазақстан

Резюме: В этой статье рассматриваются актуальные вопросы в области бухгалтерского учета.

Summary: This article examines current issues in the field of accounting.

Қазақстанда қазіргі кезде шағын кәсіпкерлік мәселелері практиктер мен ғалымдардың назарын көбірек аударып отыр. Шағын кәсіпкерлік қазіргі нарықтық экономиканың маңызды бөлігі болып табылады, оның дамуын көрсетеді

халықтың экономикалық белсенді бөлігінің елеулі бөлігінің дербес табыс негіздерінің пайда болуы, жаңа жұмыс орындарының жедел қалыптасуы, бюджет шығыстарына әлеуметтік жүктемелердің төмендеуі, сондай-ақ тауар нарықтарындағы белсенділік.

Кәсіпорындар бір-бірінен қатысушылардың құрамымен, меншік нысандарымен және т.б. ғана емес, сонымен бірге өндіретін өнім көлемімен де ерекшеленеді. Көрсетілген критерийлер бойынша кәсіпорындар шағын, орта және ірі болып бөлінеді. Көбінесе ірі фирмалар шағын фирмалар сияқты тиімді емес болып шығады. Бұл кәсіпорын ішінде әртүрлі деңгейдегі коммуникациялардың көп санының пайда болуына байланысты басқару құрылымының күрделене түсуімен түсіндіріледі. Кез келген дамыған мемлекеттің экономикасының құрамдас бөлігі шағын кәсіпкерліктің болуы

болып табылады. Ол болмаған жағдайда әрбір мемлекеттің нарықтық жүйесі жұмыс істей алмайды және дами алмайды.

Дамыған шағын бизнес экономикадағы тиімді сұранысты ынталандырады және әлеуметтік шиеленісті төмендетуге көмектеседі. Экономиканың бірқатар салалары негізінен шағын кәсіпкерлікпен – сауда, қоғамдық тамақтандыру, тұрмыстық қызмет көрсету салаларымен ұсынылған.

Бүгінгі таңда қаржылық талдаудың ғылыми негізделген әдістерінің жеткілікті саны бар, бірақ олар негізінен қаржылық есептілікті толық құрайтын ірі өнеркәсіптік кәсіпорындар үшін әзірленген. Бұл әдістер сауда және қызмет көрсету саласындағы қызметтің ерекшеліктерін ескермейді, яғни капитал айналымының жоғары қарқыны бар жерде. Әдебиеттердегі басқарушылық талдау бүгінгі күні өндіріс шығындарын терең талдау әдісі ретінде қарастырылады

кәсіпорындар мен олардың жинақтарының резервтерін анықтау, сонымен қатар шағын бизнес үшін басқаруды талдаудың басқа бағыттары да өзекті болып табылады: сатудан түскен кірісті талдау, айналымды талдау, жалпы табыс, бөлу шығындары, қаржылық нәтижелер.

Осылайша, жүйені қалыптастыру мәселелері мен мәселелері

Шағын кәсіпорындардағы қаржылық және басқарушылық есеп пен талдау бүгінгі күні жоғары практикалық мәнге және өзектілікке ие, өйткені қазіргі жағдайда шағын кәсіпорындар бухгалтерлік есеп процестерінің салықтық бағдарынан бас тартып, меншік иелері мен инвесторларға қайта бағдарланулары қажет.

Шағын бизнес - бұл шағын бизнестің ең көп бөлігі иелері. Бұл шағын бизнес секторы нарықтағы кез келген өзгерістерді сәтті жеңе алады. Шағын бизнес мамандандырылған және ескеру мүмкіндігі бар әрбір жеке тұтынушының жеке ерекшеліктері. Шағын бизнес жұмыспен қамту саласында өте маңызды рөл атқарады, өйткені олар халықтың экономикалық белсенді бөлігінің айтарлықтай маңызды аудиториясын қамтиды. Бұл штаттағы жұмыссыздық деңгейін төмендетуге көмектеседі. Осылайша, іс-шараларды дамытпай, қолдау және нығайтусыз ел экономикасының толық және дұрыс жұмыс істеуі шағын бизнес мүмкін емес. Нарықтық механизмдердің дұрыс жұмыс істеуі үшін шағын кәсіпкерлікті жетілдіру мемлекеттік экономикалық саясаттың маңызды бағыттарының бірі болып табылады. Демек, атқарушы және мемлекеттік билік органдарының саясатының басты мақсаты – бұл үшін міндетті жағдайлар жасау.

Осылайша, ұтымды есеп саясаты мен есеп процестерін жүйелеуге негізделген шағын кәсіпорындар үшін нақты құрылған есеп жүйесі кәсіпорынға бухгалтерлік есепті барынша ұтымды ұйымдастыруға және кәсіпорынды тиімдірек басқаруға қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Жеңілдікті салық режимдерін қолданатын және шағын кәсіпкерлік субъектілерінің санатына жататын ұйымдар статистика және салық органдарына жылына бір рет қаржылық есептілікті ұсынуға міндетті. Бухгалтерлік баланс пен кірістер туралы есеп қысқартылған, бірақ оларды

дұрыс толтыру өте маңызды. Барлық шаруашылық жүргізуші субъектілер өткен жылдың қаржылық есептілігін келесі жылдың 31 наурызына дейін жасап, тапсыруға міндетті жылдың. Бұл жауапкершілік шағын бизнеске де бірдей қатысты.

Қазіргі уақытта әлемдік және ішкі нарықтардағы бәсекелестіктің күшеюі, халықаралық санкциялардың күшеюі, бизнесті әртараптандыру және бизнес-процестердің күрделенуі нәтижесінде кәсіпорынды басқару айтарлықтай өзгеруде, бұл оның есеп және бақылау жүйелерін өзгерту қажеттілігін анықтайды.

Кәсіпорынның басқару элементі ретінде әрекет ететін және шағын кәсіпорынның нарықтық құнын арттыру резервтерін анықтау және оны қамтамасыз ету үшін талдау ретінде қарастыруға болатын кәсіпорынның шаруашылық қызметін талдау кезінде бұл мәселені шешуге болатын сияқты. оның тиімді жұмыс істеуі. Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, экономикалық қызметті талдау құрылымына талдаудың келесі бағыттарын қосу орынды сияқты: қаржылық жағдайды талдау; тәуекелді талдау; қаржыландыру қажеттілігін талдау.

Шағын кәсіпорынның шаруашылық қызметін талдаудың негізгі құралы коэффициенттік әдіс болып табылады, ал талдаудың ақпараттық базасы кәсіпорынның қаржылық есептілігі мен қаржылық есебінің мәліметтері болып табылады.

Қаржылық жағдайды талдау ұйымның қаржылық жағдайына статикалық баға беруге мүмкіндік береді, яғни белгілі бір уақыт кезеңдерінде (мысалы, айдың басы мен аяғында, тоқсанда, жылда және т.б.). Шағын кәсіпорындардың қызмет ету ерекшеліктеріне сәйкес келетін қаржылық талдаудың негізгі құрылымдық элементтерін қысқаша сипаттайық.

Кәсіпорынның активтерін бағалау процесінде оның мүліктік кешенінің құрамы, құрылымы және динамикасы зерттеледі. Ұйымның айналымнан тыс активтері оның инвестициялары болып табылады, сондықтан айналымнан тыс активтердегі өзгерістер әдетте кәсіпорынның инвестициялық стратегиясының өзгеруіне байланысты болады.

Демек, ұйымның мүліктік кешенін талдау және бағалау оның инвестициялық саясатын талдау құралы болып табылады.

Төлем қабілеттілігі кәсіпорынның барлық міндеттемелерін (ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді) төлеу қабілеті болып табылады және жабдықтаушылармен, жұмысшылармен және қызметкерлермен жалақы бойынша уақтылы есеп айырысулар үшін қажетті төлем құралдарының болуымен, қаржы органдарымен, салық жүйесі, банктер және басқа контрагенттер.

Төлем қабілеттілігін бағалау үшін алдағы төлемдерге қандай қаражатты және қалай жұмылдыруға болатынын талдау қажет, сонымен қатар ұйымның төлем қабілеттілігін бағалау үшін қаржылық тұрақтылықты бағалау үшін кейбір қаржылық коэффициенттерді қолдануға болады: қаржылық тәуелсіздік коэффициенті, қаржылық тәуелділік коэффициенті, қарыз капиталының

шоғырлану коэффициенті және қарыз, өйткені қаржылық тұрақтылық пен төлем қабілеттілігі экономикалық мәні жағынан өте жақын ұғымдар.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Шевелев А.Е. Организация бухгалтерского учета в современных условиях / А.Е. Шевелев // Вестник ЮУрГУ, № 3, 2013. Серия «Экономика и менеджмент» – Т.7. — с. 188-190.
2. Сахчинская Н.С. Учетная политика коммерческих организаций: методология формирования и механизм реализации: дис. док. эк. наук: 08.00.12: / Н.С. Сахчинская. – Тольятти.
3. Нурсеитов Э.О. Обзор состояния бухгалтерского учета и аудита в Казахстане. URL: <http://profa.kz/> (дата обращения: 04/02/2019).

UDC 339.565.2

TRENDS IN LOGISTICS IN KAZAKHSTAN

Gulova E.V., Abdikalykova A.M., Polatova L.M.
Supervisor – Master, senior lecturer Keikova Zh.K.
Miras University, Shymkent, Kazakhstan

Түйін: Мақалада қазіргі уақытта Цифрлық логистикадағы трендтерді қалыптастырудың өзекті тақырыбы қарастырылады. Цифрлық экономикада логистика және жеткізу тізбегін басқару тұтынушылар мен тауарлар мен қызметтерді өндірушілер арасындағы интеграция мен үйлестіруге негізделген драйвер болып табылады. Жұмыста цифрлық технологиялардың әсерінен трендтерді қалыптастыру процесі ұсынылған. Логистикадағы қолданыстағы трендтер жинақталды, олардың едәуір бөлігі көлік саласына тиесілі. Қорытындылай келе, цифрландырудың белсенді әсеріне қарамастан, адамның зияткерлік әлеуетінің мәні төмендемейді, керісінше, өзектендіріледі.

Аннотация: В статье рассматривается актуальная в настоящее время тема формирования трендов в цифровой логистике. В цифровой экономике логистика и управление цепями поставок являются драйвером, основанным на интеграции и координации взаимоотношений потребителей и производителей товаров и услуг. В работе представлен процесс формирования трендов под влиянием цифровых технологий. Обобщены действующие тренды в логистике, значительная доля которых приходится на транспортную сферу. В заключении обосновано, что несмотря на активное воздействие цифровизации, значение человеческого интеллектуального потенциала не снижается, а, наоборот, актуализируется.

The country's economy has begun to recover after shocks caused by both epidemiological and political instability. These events have also affected the state of the transport sector in Kazakhstan.

It should be noted that the logistics sector of the country is now on the rise. Since the end of 2022 and the beginning of 2023, the volume of traffic in the market of the Eurasian Economic Union has increased significantly. Primarily through Kazakhstan and other Central Asian countries. This is primarily the war in Ukraine.

In addition, the increase in traffic volumes was influenced by the intensification of economic activity within the republic itself. Thus, in 2022, there is an increase in the GDP of the Republic of Kazakhstan at the level of 3.12%, which

was provided by the sphere of transport and warehousing, including. Its growth was 5.63% [1].

Of course, 2022 has become a year of opportunities for Kazakhstan. First of all, in the transport sector. In 2022, transport flows from Asia to Europe were largely rebuilt. Kazakhstan got an opportunity to seize the initiative in this direction. Now there is an active growth of capital investments. Investments in fixed assets of the transport and logistics market in 2022 increased by 5.42% compared to the level of last year and exceeded 1.55 trillion tenge. It should be noted that 44% of the total investment was carried out at the expense of public funds.

Due to geopolitical tensions in Eastern Europe, the relevance of using the Trans-Caspian International Transport Route has increased. This led to an explosive growth in Kazakhstan's foreign trade turnover – by more than 34.3% compared to last year. Exports in 2022 increased by 39.93%, to \$ 84.43 billion, and imports – by 21.41%, to \$ 50 billion.

At the same time, Kazakh business successfully took advantage of Western sanctions against Russia. In 2022, electronics alone were exported from Kazakhstan to the Russian Federation in the amount of more than 650 million dollars. A similar surge in foreign trade activity is observed in other product categories that have fallen under international anti-Russian sanctions.

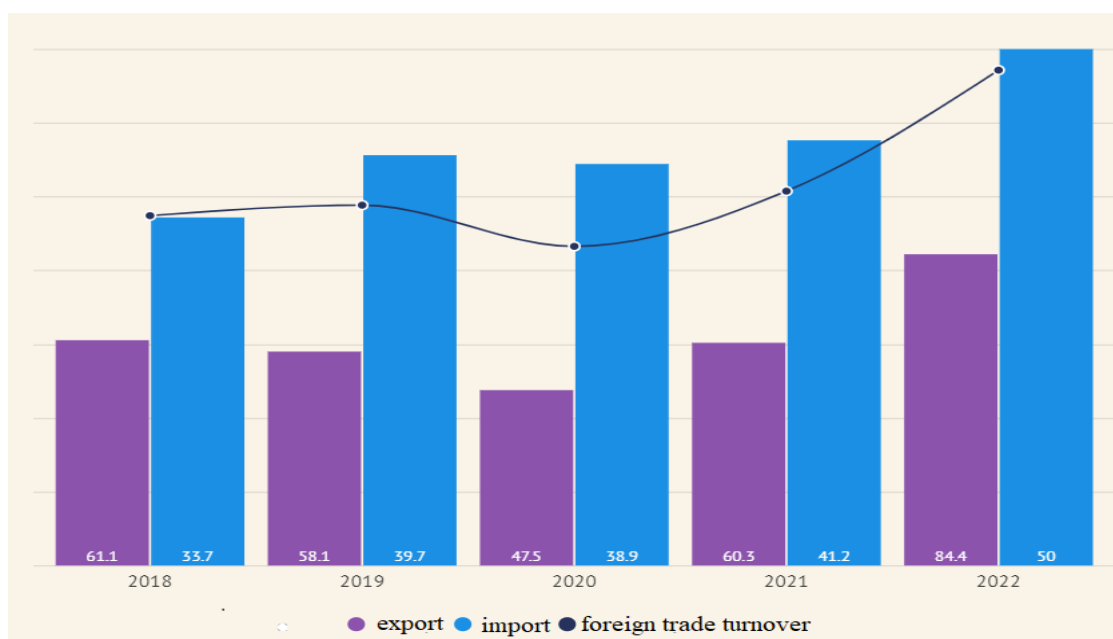


Figure 1. Dynamics of Kazakhstan's foreign trade turnover, billion dollars

There is also an active growth of the e-commerce market due to changes in consumer preferences, and this is despite the decline of the pandemic.

In addition, the active digitalization of the industry continues. Cloud systems and information services allowed logistics companies to transfer all their work processes online, as well as speed up customs clearance [2].

If we talk about commercial transportation, the undisputed market leader is KTZ Express, whose revenue in 2022 amounted to more than \$ 803 million.

The main problem of the warehouse logistics market in Kazakhstan can be called the high rate of price increases. This segment of the market in the last 5 years has demonstrated dynamic growth both in terms of the introduction of new warehouse facilities and in terms of increasing demand. The total supply of warehouses on the market of Kazakhstan in 2022 amounted to 5 million square meters, of which 1.31 million square meters accounted for high-class warehouses. At the same time, now the demand for storage facilities in some regions significantly exceeds the supply. And this leads to an active price increase, which, of course, slows down the development of this market segment [3].

So, in 2022, there was an extremely high demand for Class A warehouses. Especially from companies that sell food, consumer electronics and pharmaceutical products.

It is necessary to introduce new warehouse space, which, although insignificant, should contribute to slowing down price growth in this market.

It is necessary to develop modern trade and logistics hubs near the borders in key areas of trade flows.

Current trends show that by 2030 Kazakhstan is able to become the leading transit hub of Central Asia and ensure the active development of its transport and logistics complex.

List of used literature:

1. Trendy v logistike 2022: skorost', prozrachnost' i umnaya analitika. Oficial'nyj sajt kompanii «GEOLAJN Tekhnologii» [Elektronnyj resurs] URL: <https://geoline-tech.com/about/profile/> (Data obrashcheniya: 01.10.2023)

2. Zajchenko I.M., Smirnova A.M., SHaronova A.D. Razrabotka koncepcii cifrovoj transformacii sistemy upravleniya social'no-ekonomicheskim razvitiem regiona Krajnego Severa // Nauchnyj zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskij menedzhment. 2022. № 4(35). S. 106-114

3. Pyat' vazhnejshih trendov-2022 na rynke transportno-logisticheskikh uslug [Elektronnyj resurs] URL: <https://pro.rbc.ru/about> (Data obrashcheniya:26.09.2023).

UDC 005.4

**RESEARCH OF PROJECT MANAGEMENT METHODS IN THE
TELECOMMUNICATION INDUSTRY**

Zhanel Kenzhibayeva

Kazakh-British Technical University, Kazakhstan Almaty

Түйін: Бұл мақалада телекоммуникациялық компаниядағы жобаларды басқару әдістері қарастырылады. Әдебиеттерге шолу жасалды, жобаларды басқаруға икемді технологияларды енгізу бойынша шет елдердің тәжірибесі қаралды.

Резюме: В данной статье рассматриваются методы управления проектами в телекоммуникационной компании. Проведен обзор литературы, рассмотрены опыты международных стран по внедрению гибких технологий в управление проектами.

Introduction/Problem Statement

Currently, Kazakhstan's telecommunications companies are experiencing a new stage of development. In conditions of limited resources and daily increasing competition, to succeed, it is necessary to implement modern standards, such as project management.

A shortening of product life cycles and increase of the importance of time to market due to digitalization can be observed. Furthermore, a trend towards individualized products has been observed in recent years, as a result of the goal of increasing customer benefit. The desire for agility results from the changing development environment and the challenges described above. In order to meet these challenges, companies implement agile methods into their development processes. But the implementation of agility involves an extensive change process in organizations.[1]

For the successful and effective operation of project management tools and methods, the appropriate infrastructure must be created and developed in the company. Which will make it possible to allocate human resources more efficiently, manage the company's expenses, respond promptly to market changes, and expand the scope of services provided. At the stage of implementing new project management methodologies, many companies face such problems as internal resistance of employees to changes, conflicts between internal divisions and business needs. In this article, project management methods are considered on the example of one business customer of a telecom company - the department of additional services of a mobile operator.

Research Purpose and Objectives

There is a variety of agile approaches and research has been established in this area for several years now. Nevertheless, companies face various challenges in physical product development when they try to introduce agility.[1]

Thus, the purpose of this study is to propose an optimal method for implementing additional services projects in a telecom company. To achieve this goal, the experiments of world countries on the introduction of PM in telecom are considered, the main difficulties of introducing new approaches are identified.

Research Questions/Hypotheses

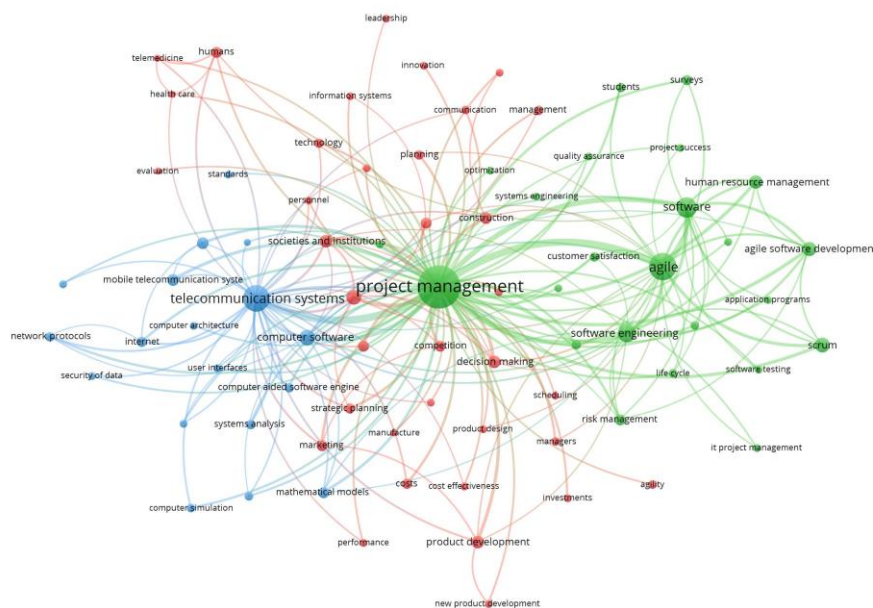
The main research questions are how relevant the project management methodology is in the telecommunications industry. What problems and difficulties do companies face when implementing project management methodology.

The general hypothesis that needs to be confirmed is those flexible methodologies, such as agile and scrum, allow you to manage projects in the telecom sector more efficiently in a shorter time.

Preliminary Literature Review/Background

VOSviewer was used to review previous literature. The bibliometric analysis on 1101 research papers with keywords “telecommunication”, “project management”, “agile” and “scrum” demonstrate that most of the research in the area has been conducted from year 2000. Keywords are presented in three clusters. (Figure 1) The first largest cluster is "green". This cluster includes articles on project

management, basic methodologies: agile, scrum, and specific sections of PM such as risk management and human resources management. In general, this cluster contains general information about the direction of project management. The second "blue" cluster includes information on the telecommunications industry and individual sections such as: mobile communications, the Internet, wireless networks, computer architecture. Areas in which project management is applied. And how project management helps in the telecommunications sector, the answer to this question is presented in the third red cluster. This cluster describes such areas as: agility, strategic planning, decision making, costs and schedule, product development. I think in further analysis, it is necessary to pay special attention to this cluster, as it includes more detailed and specific topics. As described in the introduction, the main problem that project management must solve is agility and the ability to quickly change the strategy with minimal increase in costs. One of the big examples is the case of mobile operator Vodafone, in 2017 they had a big task to update the entire mobile network with minimal risks, given that network failure can lead to line downtime and production losses. To solve this problem, the project management team proposed a common approach to the implementation of the project due to its complexity. Additionally, meetings with architects of technical solutions were organized. All Vodafone items were categorized, and each was assigned a priority. As a result, the following results were achieved: timely implementation of the project, costs within the budget. And as a result, the update of the operator's mobile network became an increase in the key indicator - NPS (net promoter score). The very first studies cover the topic of telecommunications, the structure and approaches to launching projects. Since 2007-2008, there have been studies on project management in telecommunications, the appearance of such a term as product development. The mention of the methodology agile in the telecommunications sector has been described since 2015. (Figure 2).



VOSviewer

Figure 1 – Bibliometric analysis of clusters

рассмотрения писем и обращений налогоплательщиков, «обеление» экономики. Достижение указанных задач требует актуализации автоматизированных технологических и информационных ресурсов, внедрения и развития цифровых ресурсов. Изучение цифровых технологий является одним из актуальных вопросов развития государства, поскольку цифровизация любого процесса является гарантом его существенного улучшения в будущем.

Today we are witnessing a historic moment in the digitalization of tax processes, which has obviously accelerated due to isolation measures and the closure of many facilities as a result of the coronavirus pandemic.

This transformation is not new; we are on a path that began when international relations and technological tools allowed us to reduce physical and geographical distances, and now our world fully accepts the rejection of mediation, that is, the approach to the client in his own country without the need for intermediaries or local structures. Global business has now become commonplace, not just for the biggest brands.

Although digital transformation has taken place in many countries, the situation caused by the COVID-19 pandemic has stimulated administrations and highlighted the importance of having a digitized tax system, especially with regard to internationalization and cross-border transactions. Figures such as Marcello Estevao, Global Director of Macroeconomics, Trade and Investment at the World Bank, have recently stated the importance of governments and administrations around the world working to create simple and transparent digital models.

This unprecedented economic, medical and social crisis that we are experiencing leads to a huge loss of income, so many countries are planning tax reforms and processes to modernize their tax systems.

In the processes of tax reform, it is necessary to take into account all aspects related to digitalization, which, as we understand, should always adhere to the principles of simplification, reduction of bureaucracy and transparency.

Reducing compliance costs for taxpayers and tax administration costs is vital for the tax system.

Compliance costs include two components: on the one hand, the time spent on fulfilling tax obligations, and on the other, the payment of tax payments.

It should not be forgotten that this whole process of digitalization and modernization of the tax system should always be carried out taking into account its main strategic goal, which is to increase the level of voluntary compliance by taxpayers through two main areas of action: simplification of procedures and a radical fight against fraud. These two lines completely complement each other, and both should be at the service of the adoption of the tax system today.

However, a key component of improving the tax system is its simplification, and we are convinced that the ongoing tax reforms should contribute to the digitalization of tax procedures.

Two very important principles are simplicity and economic efficiency, in which digitalization will play an important role [1].

Any planned tax reform should include all aspects related to new technologies that are necessary for the digitization of public administration, as well as legislatively determine how they affect the rights and guarantees of taxpayers.

The current pandemic has highlighted the need to increase resilience and accelerate the pace of digitalization.

This whole process should not be considered in isolation, but, on the contrary, as an integral part of the concept of digital government and open government with the participation of various departments of the country.

Digitalization is currently a necessity to ensure that tax authorities can continue to develop voluntary compliance when providing services to the taxpayer in various ways.

Its goal is to create a user-oriented system that can meet the needs of all kinds of taxpayers, tax officials and tax agents and, ultimately, increase compliance with the requirements of the economy.

The main advantages of the digital tax system are greater transparency, reduced costs and increased revenues, increased efficiency and effectiveness, improved control, anti-corruption, electronic cooperation with other digital tax systems, interoperability (the ability to exchange and use information).

A recent United Nations 2020 study on e-government found that while the pandemic has reinvigorated the role of e-government in both the conventional provision of digital services and new innovative efforts to overcome the crisis, it has also created challenges and numerous forms of digital divide.

Every time a tax reform is proposed, there should be certain elements or steps that need to be followed that are appropriate for its success and implementation.

Firstly, the proposed tax reform should contain a description of the proposed ideal tax system, i.e. what is supposed to be done and where the reform should go. It is important to conduct a very good diagnosis of the existing system, including today's, especially various problems related to technology.

When analyzing the tax system, the country's public expenditures should be analyzed together with the so-called tax expenditures, which represent the amount of income that the state ceases to receive by providing a tax regime other than that usually established in tax legislation in order to benefit certain types of activities, areas or taxpayers (examples: benefits, deductions from the tax base, reduced bids).

Secondly, in order to carry out tax reform, it is important to compare the existing system and the one that should be achieved through reform.

Next, we need to analyze the steps to arrive at the proposed ideal system.

In addition, the key point in the entire reform process is to know the reasons for tax evasion[, since only in this way it will be possible to build a strategy to combat it, which can be included in the reform proposals.

The implementation of tax reform involves the analysis of many variables that vary in each country and at each time. That is why everything related to digitalization is relevant today.

The OECD is working to harmonize and improve the efficiency of the tax function within the digital economy, taking into account its BEPS plan. Currently,

139 countries and jurisdictions have joined this system focused on taxation problems related to digitalization.

In fact, this trend towards digitization has already become particularly relevant in everything related to transfer pricing. The active activity of various regulatory bodies at the international level forces financial directors and tax departments to automate and harmonize transfer pricing management at the group level, ensuring compliance with international standards.

Many countries (with different economic classifications) have already launched initiatives in the field of taxation and digital transformation. Here are just a few examples.

USA: The country's Tax Service has an electronic Federal Tax Payment System, which, among other things, allows you to plan payments and access historical information.

EU: In April 2021, the European Union announced the launch of new e-commerce rules, effective from July, including the development of tax liability management platforms.

Costa Rica: An electronic invoice will be issued through the Ministry of Finance, which receives, verifies and issues an electronic receipt to the final recipient, who can accept or reject it. Taxpayers can also choose invoice providers to automate the generation and sending of vouchers to both the Ministry of Finance and the recipient, who, in turn, can manage the receipt of invoices issued by their suppliers.

Colombia is moving forward with the digital transfer of wages through the National Tax Administration (DIAN) platform, which immediately reports income, expenses and deductible expenses related to personnel contracts, providing opportunities to individuals and businesses.

Peru: As part of its own digital transformation process, from November 2021, SUNAT (National Administration of Customs and Tax Administration) began to provide sales and income reports using a new virtual module, provided that taxpayers issue and declare electronic payment receipts. The introduction of this automatic register has minimized the monetary costs of taxpayers.

Ecuador: In December 2020, the Tax Administration of Ecuador began the process of digital reengineering with the introduction of a Cadastre and Management of Obligations and Benefits, which allowed to strengthen the integration scheme between various processes and tax information systems, as well as increased collection and transparency through voluntary compliance with obligations [2]

As for the simplification and digitization of tax procedures for the implementation of the tax reform proposal, we offer technologies such as electronic desk checks, the inclusion of video calls as a method of communication within the procedures, as the Spanish Tax Administration recently did, which can use videoconferences as a channel for communicating with taxpayers, providing advice, facilitating compliance with their tax obligations. obligations.

With regard to the information and assistance function, legislation should be adopted regarding virtual assistants or chatbots, digital presentations to be conducted

by taxpayers, and mobile applications that are increasingly used in this function, as well as various aspects related to pre-filled tax returns.

Today it is very important to legislate all aspects related to electronic document management, the use of new technologies that are used for risk analysis and, in some cases, for dispute resolution; where it will be important to protect the rights and guarantees of taxpayers.

Thus, it is necessary to approach the digital transformation of tax procedures holistically, redefining processes, orienting services to citizens and, of course, developing a strategy that combines a citizen-oriented approach with a more effective, interconnected, collaborative and adapted to social reality.

Governments, and in particular public administrations, must go beyond digitizing existing processes and services to serve citizens. They should use the opportunities of digital technologies and data to radically restructure and transform the business models of the Administration, as well as relations with taxpayers.

Any tax reform that the country intends to carry out should today, more than ever, take into account all these aspects related to the simplification of tax legislation and procedures, as well as include aspects related to digitalization, and many other aspects that should arise from research conducted by experts in this field, both from the state and from the private sector.

List of used literature:

1. Mayburov I.A. Taxes in the digital economy. Theory and methodology: monograph for undergraduates – M.: UNITY-DANA, 2019. – 279 p.
2. Read more about this topic in the section Digitalization of tax administration and taxpayers' rights. CIAT blog from 5/2/2023 Alfredo Collazo.

UDC 338.242.2

THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF CONSTRUCTION IN KAZAKHSTAN

Kuznetsova K.A., Murat K.B., Iskhakov Sh.A.
Supervisor – Master, senior lecturer Keikova Zh.K.
Miras University, Shymkent, Kazakhstan

Түйін: Цифрландыру процестері барлық салаларды, соның ішінде құрылыс саласын да қамтыды. Мақалада құрылыс қызметіне цифрлық технологияларды енгізу ерекшеліктері қарастырылады. BIM технологияларына және оларды құрылыс нысаны өмірінің барлық кезеңдерінде жаппай қолдануға байланысты перспективаларға көп көңіл бөлінеді.

Аннотация: Процессы цифровизации охватили все отрасли, в том числе и строительную. В статье рассматриваются особенности внедрения цифровых технологий в строительную деятельность. Большое внимание уделяется BIM-технологиям и перспективам, связанным с их массовым применением на всех этапах жизни строительного объекта.

The global construction industry is racing to apply modern technologies, from automation, BIM implementation and management platforms to analytical and predictive tools. Kazakhstan is also looking at new trends, especially in the management and control of construction projects using digital solutions. The construction industry in Kazakhstan is digitized by only 5%.

Digital processes in construction are aimed at providing online services and online communication between government agencies, construction companies and citizens. Such systems are a warehouse of various documentation in digital form and have no practical value for construction, which is initially defined as the main goal. To change the situation, digitalization of processes with the help of specific tools is needed, and not just digitization of data.

Digitalization of construction should organize the structure and instant interaction between different participants, ensure not only fast and seamless provision of up-to-date data, but also ensure automation of processes.

Digitalization of construction, which is being gradually introduced in the Republic of Kazakhstan, has not yet closed the main pains of construction projects – construction quality control, deadlines and budgeting [1].

BIM models are used in the country by a small number of market participants at the initial level. All the functionality of this technology is not available, because there are no approved standards, a sufficient number of trained specialists, and most importantly, there is no demand for the use of BIM in construction.

Kazakhstani builders unilaterally use traditional methods of construction project management, applying universal project management programs and relying on a software package from Microsoft.

Most construction organizations use manual maintenance of construction projects – executive documentation, inspections, supervision, acceptance of objects. The direct regular presence of project managers at the construction site on any issues is also typical. At the same time, all processes proceed in the algorithm of multilevel approval of amendments or corrected defects, which lengthens the project implementation time [2].

The construction industry has traditionally been slow to introduce new technologies, but in recent years there has been a growing trend towards digitalization. Kazakhstan and other Central Asian countries have made some progress in this area, but the level of digitalization varies depending on factors such as the size of the construction market, the level of investment and government support for digital initiatives.

There are still challenges to the widespread adoption of digital technologies in the construction industry, including resistance to change, a shortage of qualified personnel and high initial costs. In addition, there may be regulatory and cultural barriers to the introduction of new technologies. In general, despite some progress in this area, there is still a long way to go before the industry is fully digitized.

Enterprises will be able to increase labor productivity, since digital tools will save time and quickly scale the business, and digital data provides the best analytics, which on the one hand will ensure control of all construction processes and

documentation, on the other hand will provide the management of companies with visual information for decision-making [3].

Cloud mobile solutions are capable of organizing such work — such. Using digital tools and project management software, all stakeholders can access information in real time, interact more effectively and avoid communication gaps and mistakes.

Digital platforms can help automate processes, reduce the amount of manual work and improve the accuracy of project planning, which can save time and reduce costs.

Digital platforms can improve the quality of construction projects by providing more accurate design and planning data, as well as more accurate accounting and control of the consumption of materials and resources. This leads to the creation of objects of higher quality that meet the requirements of customers and are delivered on time and within budget.

And also improve safety at construction sites by providing real-time data on the location of workers, equipment operation and other safety-related indicators. This can help identify potential hazards, prevent accidents, and improve overall safety at the facility.

Builders and construction project managers should have comprehensive access to large amounts of project data that can be used to make informed decisions and improve future projects. By analyzing cost, timing and quality data, developers can identify areas for improvement and make decisions based on the data.

With the help of digital documentation management, control of project tasks, creation of reports and other important documentation in a few clicks, you can significantly save time by conducting inspections of facilities, monitoring the quality of work and identifying defects faster and more efficiently.

By introducing a special software solution for managing construction projects into the construction processes, developers will be able to reach a new level of business, significantly saving time and money, while maintaining high quality construction on time.

The only obstacle to this process is seen only by the human factor: bias and the stereotype that conducting business processes in digital form is difficult and expensive.

List of used literature:

1. Results of implementation and problems of digitalization. URL: https://ictonline.ru/news/n_168088/ (accessed: 09/20/2023).

2. Travush V. I. Digital technologies in construction // Construction Sciences. 2022. No. 3. pp. 107-117.

3. National BIM standard – United States. Version 2. National Institute of building sciences building SMART alliance, 2020. 676 p.

INNOVATION MANAGEMENT IN A MODERN EDUCATIONAL ORGANIZATION

Sagadiyeva A.O.

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Түйін: Білім беру саласы қазіргі уақытта басқа салалардағы инновацияның тиімділігін айқындайтын ең инновациялық салалардың бірі болып табылады. Білім беру саласындағы инновацияларды енгізу және тарату барысында адамның өмір бойы үздіксіз білім беретін ашық, икемді, дараланған, шығармашылық білім берудің жаңа, заманауи жүйесі қалыптасып, дамып келеді. Білім беру жүйесінің алдында тұрған негізгі міндеттердің бірі – «Жаңа ұрпақтың ашық ақпараттық қоғамға енуіне жағдай жасау, ақпараттық технологияларды кеңінен қолдануды қолдау, мектептерді компьютерлендіру және бірыңғай білім беру ақпараттық ортасын құру». Бұл мәселені шешу үшін білім беру саласындағы инновациялық қызметті жандандырып, қолданбалы басқару әдістерін жетілдіру қажет. Бұл мақаланың мақсаты білім беру ұйымдарындағы инновациялық қызметті тиімді басқаруды анықтау.

Резюме: Сфера образования в настоящее время является одной из самых инновационных отраслей, что во многом определяет эффективность инноваций в других сферах. В ходе внедрения и распространения инноваций в сфере образования формируется и развивается новая, современная система открытого, гибкого, индивидуализированного, творческого познания, непрерывного образования человека на протяжении всей его жизни. Одной из основных задач, стоящих перед системой образования, является «создание условий для вхождения новых поколений в открытое информационное общество, поддержка широкого использования информационных технологий, компьютеризация школ и создание единой образовательной информационной среды». Для решения этой проблемы необходимо активизировать инновационную деятельность в сфере образования и совершенствовать применяемые методы управления. Цель данной статьи определить эффективное управление инновационной деятельностью в образовательных организациях.

The J. Schumpeter substantiated the main provisions of the theory of innovation. According to Schumpeter, an organization cannot exist without constant revolutionary changes in technology and production technology, the development of new markets, and the reorganization of market structures. Profit takes place only when the economy is in constant motion, in the process of dynamic development. This also applies to educational organizations. This also applies to educational organizations, as schools need modern innovative management to create a strong environment for teaching children. Innovation is a necessary condition for the development of education [1].

New approaches to the management of a secondary general education institution are expressed in the development and dissemination of such innovations as: a) the division of teaching labor (the selection of developers of the content, forms and methods of teaching, methodologists, psychologists, specialists in monitoring the progress of the learning process, etc.); b) the unification of teachers, information technology specialists and organizers of the educational process into groups, teams that carry out the educational process.

The modern Kazakhstani education system, subject to the requirements of the time, is going through a period of active development and, accordingly, experiments in innovation. Accordingly, the targeted training of teaching staff capable of developing and implementing innovations, managing innovative processes in education is becoming increasingly important. From the standpoint of pedagogical management, the effectiveness of the functioning of the control system is ensured by the appropriate interaction of the conceptual, organizational-structural, functional-administrative, technological, personal-professional blocks that form it.

An analysis of the works of many authors of Kazakhstan (Kirdasinova et al. (2016), Mukhiyayeva et al. (2017), and Sadyrova (2021) et al.) shows that at the present stage of modernization of education in Kazakhstan, the problems of managing the innovative development of educational systems are of paramount importance. Today, ideas about the management of educational systems are formed based on the idea of a personality-oriented approach and the humanistic paradigm of education, asserting the reflexive and adaptive nature of the management of both an educational institution as a whole and all its subsystems.

In accordance with the purpose of the Study, the following tasks were set:

1. In the process of analyzing theoretical, scientific, and methodological literature, highlight the features of innovation in the management of schools in Kazakhstan.

2. Determine and substantiate a set of necessary conditions that facilitate the introduction of innovations in management by school leaders.

3. Confirm the effectiveness of the identified conditions for the introduction of innovations in the managerial activities of the head of schools.

The following methods were used to solve the research problems theoretical and empirical research methods: study and generalization of advanced pedagogical experience (school leaders, teachers) and questionnaire [2].

The information about public opinion about innovation in education was constructed with the help of primary research methods. Survey enabled to gain quantitative data about the extent to which people are aware of developing innovation in education. 116 schoolteachers participated in the study of professional readiness in the field of innovation management.

The survey determined knowledge about innovations, possession of innovative managerial skills, the presence of an emotional and value attitude to the innovation process, creativity, managerial reflection, a qualitative and quantitative characteristic of the research results was given. The above parameters made it possible to generalize the actual data and identify three levels of professional readiness in the field of innovation management of school leaders: high, medium, low.

A high level is characterized by the fact that the manager has knowledge about the essence of innovation; he is well informed and uses managerial innovations in practice; creative, owns the analysis of his own activities and the activities of teachers; there is motivation and a positive-active position on the introduction of innovations; has innovative management actions.

Intermediate level - there is some knowledge about the essence of innovation; has ideas about managerial innovations but does not use them in practice; underdeveloped creativity; owns the analysis of the activities of teachers, finds it difficult to carry out self-analysis of managerial activities; a positive-passive position towards innovations (positively perceives, but does not take part in innovative activities); insufficient mastery of innovative management actions.

Low level: no knowledge about the essence of innovation and about managerial innovations; lack of creativity; there are difficulties with managerial reflection and analysis of the pedagogical activities of their employees; takes a passive stance towards innovation; does not own innovative management actions.

The questionnaire consisted of 5 questions. Blocks of questions - general demographic, problems of the readiness in the field of innovation management. In general, according to the results of the survey, the following conclusions were made: the main age of the respondents is 30-45 years old school leaders. 80 % of respondents were female school leaders, 20 % were male.

The results of the survey in Table 1 showed that the level of professional readiness in the field of innovation management among managers is insufficient: only 62% of managers have an average level of readiness, 38% of managers have a low level. Managers lack knowledge about the essence of innovation (100%), about managerial innovation 92%. 84% of respondents are poorly motivated to innovate. The practical skills necessary for the introduction of innovations are insufficiently formed. The difficulty is caused by the ability to predict in 56% of managers, to plan innovative activities 79%, to design and implement new forms of education 59%, to organize the teaching staff for the introduction of innovations 63%, to analyze their managerial activities 51%, to evaluate the innovative activities of teachers 56%.

Table 1- Main reasons for the difficulties in mastering innovations in the management process

Reasons	Portion, %
weak material base	82%
insufficient level of preparedness of managers for the implementation of innovative activities	63%
lack of motivation among managers and teachers	48%
lack of scientific and methodological developments on the problem of introducing innovations in management	36%
introducing managerial innovations and developing innovative processes in the educational process	83%

The analysis of the results showed that, despite the existence of objective conditions for the development of innovative processes in the system of preschool education, leaders are not sufficiently prepared for innovative activities and do not own the mechanism of innovative management activities. The formation of professional readiness in the field of innovation management among the heads of institutions, mastering the model of innovative management activity was carried out in a formative experiment.

The results of studying the content and structure of the functions of educational management allowed us to identify the main links in the organization of the educational process and its management:

- assimilation and concretization by the teacher of the goal, objectives of training, based on the diagnosis of personal development, the level of knowledge and upbringing of students;
- concretization of the content of education, considering the specific characteristics of both individual students and a particular class team;
- planning and forecasting of educational activities and the use of means, forms, methods of activity in the lesson that are optimal for a particular situation, considering the identified characteristics of students and the possibilities of using appropriate teaching technologies; didactic interaction between the teacher and students, the purposeful organization by the teacher of independent educational and cognitive activity of students;
- current control, a monitoring system as a means and technology for managing the quality of education, intermediate certification, self-control over the assimilation of knowledge and methods of educational and cognitive activity; operational regulation and correction of the course of the learning process;
- analysis by the teacher and the student of the results of a certain stage of the learning process, identifying problem areas, unsolved problems for accounting and solving them in a new cycle of the learning process in accordance with the student development program.

Thus, the effective management of the educational process in the context of innovative activities of the school consists, first, in the operational adjustment of the methods and methods of teaching, which ensure students' success in mastering the educational material and in mastering the procedures of educational and cognitive activity at the reflective level [3]. Because of this, the effectiveness of organizational management, regulation and leadership is measured, first, by how rationally it is possible to correct the educational activities of students and achieve systemic, effective results.

In addition, considering the content of the main and specific functions of educational management will make it possible to plan and organize the educational process in a modern school more clearly, in an organized manner, in the context of strategic, innovative changes. Therefore, further study of the functions of educational management seems promising.

References:

1. Stone, A., Rose, S., Lal, B., & Shipp, S. (2018). Measuring innovation and intangibles: A business perspective. Institute for Defense Analysis, Science and Technology Policy Institute, Washington, 31, 277-280.
2. Management of organizational changes in school in the context of a new education strategy: textbook / A.A. Repin, S.V. Bocharov, L.G. Zakharova, G.A. Kislitsina; under general ed. O.G. Trinitatskaya. – Rostov n/d.: Publishing house of GBU DPO RO RIPC I PPRO, 2017. – 284 p.
3. Belyaeva Yu. V. Competition and innovation / Yu. V. Belyaeva. – Kostroma: Publishing house of KSU named after. N. A. Nekrasova, 2018.- 146 p.

ANALYSIS AND CONDITIONS FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN

Master's student Shegebay Rustem Talgatovich,
candidate of Economic Sciences, senior lecturer Koptaeva G. P.
"Central Asian Innovation University", Shymkent, Kazakhstan

Abstract: One of the main aspects of the development of the modern economy of Kazakhstan is the modernization and technological renewal of the Kazakh industry. At the same time, the main factor of technological renewal of industrial enterprises is the innovative technological development of the production base of industrial enterprises, which will create a highly competitive institutional environment, stimulate entrepreneurial activity, attract capital to the economy and, ultimately, strengthen Kazakhstan's foreign economic position and increase the effectiveness of its participation in the global division of labor. To solve the tasks set, a number of state programs are being implemented aimed at creating a developed scientific and technical base at Kazakhstani enterprises. Technoparks and business incubators are being created, advanced foreign technologies are being bought, the creation of world-class domestic developments in various industries, including mechanical engineering, is being initiated and financed.

Management of technological competitiveness of TCS as a tool for the implementation of long-term innovative development of the enterprise, as well as a number of other studies on this issue, the main objectives of innovative development of Kazakhstani industrial enterprises are:

- modernization and updating of the production and technological base of the enterprise to a level capable of ensuring its long-term competitiveness and the possibility of advanced development;

- formation at the enterprise or organization of the integration of the enterprise with powerful scientific and technical complexes that ensure the achievement and maintenance of leadership in scientific research, the implementation of advanced technologies, the production of high-tech products;

- formation of a fleet of high-tech equipment at the enterprise capable of ensuring the sustainability, progressiveness, competitiveness and efficiency of the production and sales activities of the enterprise;

- implementation of various forms of integration of an industrial enterprise with organizations capable of increasing the level of its innovative development: the most developed industrial enterprises of their industry, research organizations, educational institutions, financial institutions capable of investing in the technological development of the enterprise, etc.

The transition stage of transformation to the third technological revolution is taking place in the world economy. In this regard, in order for Kazakhstan to become one of the 30 developed countries of the world, it is necessary to actively engage in the development of a competitive manufacturing industry at an accelerated pace. Its implementation primarily depends on how effectively the institutional conditions created by the state will work in the manufacturing industry.

Kazakh and foreign scientists-economists M. Porter, E.I. Mazilkina, R.A. Fatkhudinov, S. Fokin, N.M. Markova, V.L. Abramov and others made a significant contribution to the development of the theory and methodology of assessing competitiveness.

The main results of the study. The theory of competitiveness proposed by the World Economic Forum (WEF) provides for the allocation of three stages of economic development of national economies.

Stage 1. Factor stage, extending to the countries with the lowest level of development, for which the mobilization of the main production factors (land, raw materials and unskilled labor) is the main condition for macroeconomic growth.

Stage 2. The investment stage concerns countries with the status of average profitability, where growth depends on investment, and competitiveness is achieved through the use of world technologies in domestic production. Foreign direct investment, joint ventures and outsourcing make it possible to integrate the national economy into the global production system.

Stage 3. The innovation stage refers to countries with a high level of economic development that have made the transition from an economy that imports technology to an economy that creates technology. In this case, "there is a critical link between competitiveness and a high level of education (especially in the field of exact and natural sciences) and the ability to quickly switch to new technologies" [1].

According to M. Porter, the government plays the role of a catalyst and initiator of the transition to a higher level of competitiveness. The authorities should encourage companies to increase efficiency, stimulate the emergence of demand for progressive products at an early stage, focus on creating specialized factors and stimulating local competition through limiting direct cooperation and the introduction of antitrust legislation [2].

Based on the above, it can be concluded that achieving the goals of innovative development of domestic industrial enterprises is possible only in the case of qualitative changes in business processes implemented at the enterprise:

- improving the quality of manufactured products through the reorganization of production processes and the development of new technologies;
- increasing the level of research and development work;
- improving the quality of training and recruitment of personnel, especially production personnel and managers in the production system of the enterprise;
- changing approaches to enterprise management, in particular, assessment of the current level and prospects of enterprise development, competitiveness planning, development of enterprise integration processes with various agents of the economic environment.

TCS is part of the competitiveness of the enterprise. The formation of TCS depends on the ability of the enterprise to attract the resources necessary for its activities; the ability to transform these resources into necessary objects, primarily competitive products of the enterprise; to use the results obtained for their intended purpose, including to sell the products produced; to direct the results of

all activities to the development of the enterprise; to optimize processes in order to increase their effectiveness, efficiency, quality.

The provision of TCS allows the company to produce and sell competitive products. In turn, the availability of TCS at the enterprise and the competitiveness of products will allow us to conclude that the enterprise has competitiveness in general. The combination of competitive products and TCS represents the main part of the competitiveness of the enterprise.

TCS is formed under the influence of a number of external and internal factors. External factors include the effects of elements of the external environment, primarily the resource market and the market of products (services) produced by the enterprise.

Assessment and planning of technological competitiveness makes it possible to comprehensively assess the potential of the enterprise; the quality and effectiveness of the technologies used in all areas of the enterprise; to increase the effectiveness of strategic and tactical planning of the enterprise, in particular, planning integration processes, choosing strategic partners, developing ways to implement advanced development.

In industrial policy, Kazakhstan adheres to an alternative course for the development of non-resource sectors of the economy that do not depend on the conjuncture in world markets. To solve this problem, a new proactive industrial policy has been gradually implemented in Kazakhstan since 2010, aimed at creating a high-performance and export-oriented manufacturing industry.

The main goal of the state policy of industrialization, as a catalyst and basis for the diversification of the entire economy, is to create conditions for the development and formation of the manufacturing industry as the main driver of the country's economy[3].

Stable growth and competitiveness of the manufacturing sector will be achieved by increasing labor productivity and increasing export-oriented production of goods and services with high added value.

The reality of achieving this goal is confirmed by the experience and results of two five-year industrialization plans.

Thus, during the years of industrialization, the outstripping growth rates of manufacturing output have been achieved, labor productivity has increased by 1.5 times, the inflow of investments and tax revenues to the state budget has increased by 2 times.

Table 1. Kazakhstan's position in the IMD—2023 World Competitiveness Ranking

Indicators	2023 (among 64 countries)	2022 (among 63 countries)	Dynamics
World Competitiveness Rating	35	42	7
1. Government effectiveness	21	29	8
Public finances	19	13	4
Tax policy	5	16	11
Institutional environment	46	50	4
Business legislation	25	28	3
			9

Social order	29		38	
2. Business efficiency	28	43	34	40
Productivity and efficiency	43		40	
Labor market	20	20	32	32
Finance	46	46	47	
Management practice	13		19	47
Relationships and values	23		29	
3. Economic activity	45		48	
Domestic economy	37		41	
International trade	58		60	
External investments	47		48	
Employment	24		33	
Prices	13		16	
4. Infrastructure	47		51	
Basic infrastructure	25		31	
Technological infrastructure	52		52	
Scientific infrastructure	57		58	
Health and environment	55		57	
Education	45		44	

According to the results of the 2023 study, the Republic of Kazakhstan took the 35th place, rising by 7 points compared to the 2022 rating. The IMD rating is the result of a comprehensive study that evaluates the following factors: "Economic activity", "Government Efficiency", "Business Efficiency" and "Infrastructure".

In 2023, 64 countries of the world were evaluated in the study. Switzerland occupies the leading position in the ranking. Switzerland is followed by Sweden, Denmark, the Netherlands and Singapore in the top 5 countries. According to the results of the 2023 study, the Republic of Kazakhstan took the 35th place, rising by 7 points compared to the 2020 rating. Kazakhstan is ahead of such countries as Portugal (36th place), Indonesia (37th place), Latvia (38th place), Spain (39th place), Italy (41st place), Russia (45th place) and Turkey (51st place)[4].

Despite this, there are currently a number of significant obstacles that hinder the transition of Kazakhstan's economy and industry to innovative tracks. Imperfection of legislation, low level of scientific and production personnel, outdated equipment, inertia of the management system, lack of a clear strategy for innovative development and attracting investment at enterprises significantly slow down the process of their technological renewal. In this regard, it becomes obvious that the innovative development of the Kazakh economy is impossible without the modernization of the management system and strategic development of industrial enterprises. The number of goods produced in Kazakhstan and competitive in foreign markets has increased, including: steam turbines, copper products, radiators, batteries, beverages, confectionery, etc.

For a qualitative industrial breakthrough and the creation of a competitive manufacturing industry, especially in the context of the aggravation of the geopolitical situation and global trade wars, a consistent and balanced state policy is

required, taking into account the balance of interests of business and the state and improving the socio-economic development of the country.

The need to diversify the production of exported products of manufacturing industries is associated with the priority directions of the state in the context of the transition to the "fourth industrial revolution". Such a transition of the national economy implies not just a change in the commodity nomenclature and the overall structure of the economy, but the creation of high-tech industries based on the formation and functioning of a high-quality scientific and technological base.

References:

1. Smagulova Zh.B., Utegenova K.A., Mukhanova A.E. Analiz konkurentosposobnosti ekonomiki Kazakhstana// Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya, 2013. № 11 С. 281-285; URL: [Электронный ресурс]. Rejim dostupa: URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=4403> (accessed: 11/29/2022).
2. Porter M. International Competition. – М.: International Relations, 1993.
3. Obrabatyvayushaya promyshlennost' Kazakhstana boil'she drugih otraslei ispol'zovala vozmozhnosti «Doroznoi karty biznese-2020» <http://www.damu.kz/12525>
4. Nathional'nyi doklad po konkurentosposobnosti kratkae versia. Nur-sultan 2021.

UDC 339.5

GLOBAL TRENDS IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF TECHNOLOGICAL STRUCTURES

Master's student Tazhimurat Akezhan Atshybayuly.,
candidate of Economic Sciences, senior lecturer Koptaeva G. P.
"Central Asian Innovation University", Shymkent, Kazakhstan

Abstract: The article examines the trends in the world economy that create a new global economic reality, which can be classified as a transition: from an industrial to a post-industrial economy; to globalization; to economic liberalization; to increasing global competition and regional integration.

Problems of economic growth in Kazakhstan. The difference between the Kazakh economy and the economy of developed countries and its most important drawback is the three - fold nature - currently we have production facilities belonging to the third and fourth modes. The production of the fifth mode is in the process of formation. They operate in the branches of the former military-industrial complex, techno parks, individual complexes and enterprises of civil engineering, nuclear power. Another disadvantage is the preservation of the movement of resource flows and products of third-order industries. And, most importantly, the technological aggregates of the fourth and fifth orders were created and are being created in the same structure. With the development of the fourth way of life, the third has not disappeared, and they all function, reproducing themselves in separate technological spaces. This is unacceptable. The economy of any other country that does not possess such natural resources as Kazakhstan would have collapsed from such management long ago.

The dynamics of the technological structure of the economy can be described as a process of development and successive change of technological patterns [1] (TU), which cover a closed reproductive cycle - from the extraction of natural resources and professional training to non-productive consumption.

The life cycle of TU includes four phases - formation, growth, maturity and decline - and has a characteristic form of pulsations. The first is a small pulsation corresponds to the formation phase, when the expansion of the industries that make up the TU is carried out in an unfavorable economic environment determined by the dominance of the preceding TU. In this phase, the development of TU is limited both by the relative inefficiency of its constituent technologies and by the resistance of economic organizations and institutions associated with the reproduction of the previous TU. Only with the formation of an integral reproductive complex of a new TU and with appropriate institutional changes, conditions are created for the rapid expansion of a new TU, which takes the form of a second - large - pulsation.

A new TU is born when the previous one still dominates in the economic structure, and its development is hindered by an unfavorable technological and socio-economic environment. Only when the dominant TU reaches the limits of growth and the profitability of its constituent industries falls, a massive redistribution of resources in the technological chains of the new TU begins. This process can be called a technological revolution, which identified five features:

- rapid reduction in production costs;
- improving the quality of production;
- rapid improvement of the characteristics of many technological processes;
- establishing the social and political acceptability of the new technological system;

establishing the conformity of the economic environment with the properties of the new technological system and their full mutual influence.

The technical revolution is accompanied by a massive depreciation of the capital involved in the production of obsolete technical equipment, their reduction, deterioration of the economic situation, deepening of foreign trade contradictions, aggravation of social and political tensions. The replacement of technological structures requires, as a rule, appropriate social or institutional innovations that not only remove or direct social tension in a constructive direction, but also pave the way for the mass introduction of new technologies, the corresponding type of consumption and lifestyle.

Dominant trends in the global economy. In terms of the level of development of countries, international cooperation and integration, some authors divide the world community into the following groups of countries:

- 1) Technological core: USA, Japan, Germany, England, France;
- 2) Countries of the 1st technological circle (TC): Italy, Canada, Sweden, Holland, Australia, South Korea, etc;
- 3) Countries of the 2nd technological circle: the most advanced developing countries;
- 4) Post-socialist countries of Eastern Europe;
- 5) CIS and neighboring countries;
- 6) The least developed of the developing countries.

At the same time, the following signs are characteristic of the leading countries:

1. Economic regulation regimes in the leading countries: reduction of the role of state regulation, state regulation of strategic types of information and communication infrastructures.

B. International economic regulation regimes: polycentricity of the world economic system, creation of regional blocks, formation of new institutions of global regulation of economic activity.

2. Main economic institutions: international integration of small and medium-sized firms based on information technology, integration of production and sales.

d. Organization of innovation activities in the leading countries: horizontal integration of R&D, design and training; creation of computer networks; joint research; state support of new technologies.

It should be noted that for many countries, the transition to a new model of economic growth can be an extremely painful process, proceeding unevenly and being implemented in those industries where profitability and uncompetitiveness leave much to be desired. The problem of modernization of such industries and their development are associated with a deficit in the balance sheets of enterprises, bankruptcies, social conflicts and mass unemployment

The unidirectionality of technical and economic development in different countries, as well as the formation of a single rhythm of the world economic system, is due to the formation of a global market and the rapid expansion of international economic relations since the Industrial Revolution [2]. Through international flows of goods, capital, information and labor, which became possible with the formation of a global market economy, innovations generated in any country are rapidly becoming globally widespread.

The formation of new production and technical systems, as well as the completion of their life cycle, takes place within the framework of the world market.

The synchronization of technological shifts in different countries is the higher" the more they are integrated with each other and with the world economy and the fewer obstacles to the development of foreign economic relations. At the same time, the more closely a country is economically connected with the center for generating technological changes (which is located in the leading countries of the corresponding technical and economic development), the higher the level of synchronization of its technical and economic development with global technical and economic dynamics.

In the global technical and economic development, it is possible to distinguish periods of dominance of five successive TU [3], including the information TU that has now entered the growth phase. Their brief generalized characteristics are presented in Table 1.

The analysis of the data presented in Table 1 allows us to conclude that the first wave (1785-1835) formed a technological structure based on new technologies in the textile industry, the use of water energy. (table 1).

The second wave (1830-1890) is associated with the development of railway transport and mechanical production in all industries based on the steam engine.

The third wave (1880-1940) is based on the use of electric energy in industrial production, the development of heavy machinery and electrical industry based on the

use of rolled steel, new discoveries in the field of chemistry. Radio communication, telegraph, cars, airplanes were introduced, non-ferrous metals, aluminum, plastics, etc. began to be used. Large firms, cartels, trusts appeared. Monopolies and oligopolies dominated the market. The concentration of banking and financial capital has begun.

The fourth wave (1930-1990) formed a way of life based on the further development of energy using oil and petroleum products, gas, communications, new synthetic materials. This is the era of mass production of cars, tractors, airplanes, various types of weapons, consumer goods. Computers and software products for them, radars, appeared and spread widely. The atom is used for military, then for peaceful purposes. Mass production is organized on the basis of Ford conveyor technology. The market is dominated by oligopoly competition. Transnational and multinational companies appeared, which carried out direct investments in the markets of various countries.

The fifth wave (1985-2035) is based on achievements in the field of microelectronics, computer science, biotechnology, genetic engineering, new types of energy, materials, space exploration, satellite communications, etc. There is a transition from disparate firms to a single network of large and small firms connected by an electronic network based on the Internet, carrying out close cooperation in the field of technology, product quality control, innovation planning, organization of deliveries on the principle of "just in time".

Table 1. Description of technological waves

TT	Priority period	Leader state	TT core	Basic Energy Process	Organization of production
1	1785-1835	England, France, Belgium	Textile production, cast iron smelting production, iron processing, construction of main channels	Water Engine	Improvement of production, concentration in factories
2	1830-1890	England, France, Belgium, USA, Germany	Railway and steamship vehicles, machine building, machine tool manufacturing, coal industry	Steam engine	Growth of production scales based on mechanization
3	1880-1940	England, Germany, France, USA, Netherlands, Belgium, Switzerland	Electrotechnical and heavy engineering, steel production and rolling, LEP, heavy weapons, ship building, inorganic chemistry	Electric motor	Growth of production diversity, growth of product quality, standardization of production, urbanization.

4	1930-1990	Australia, Canada, Japan, Sweden	Automotive construction, motorized armament, synthetic materials, non-ferrous metallurgy, organic chemistry, electronic production	Internal combustion engine	Mass production of serial products, subsequent standardization of production, conveyors.
5	1985-2035	Germany, Thailand, Euro Union countries, South Korea, Australia, Sweden	Computing, software, aircraft manufacturing, telecommunications, robot assembly, optical fibers.	Gas technologies	Combination of large corporations with small businesses, Influence of state regulation.
Note: - [4,5] compiled on the basis of literature					

In general, summarizing the above, it should be noted that each of the technological structures in its development goes through different stages, differing in the measure of its impact on the overall economic growth in the country. Outdated ways, losing their decisive influence on the growth rate, left the created production, infrastructure facilities, cultural heritage, knowledge, etc. as part of the national wealth of the country.

The duration of some waves is more than 50 years due to the coincidence of the period of decline of the outgoing wave with the period of growth of the new wave. Due to the acceleration of STP in the future, the duration of waves (stacks) will be reduced.

Large technological systems are developing in two directions: modernization and evolution of basic technologies; revolutionary, abrupt technological development. In the process of technology improvement, their transition to the stage of maturity and as the market becomes saturated, the evolutionary technological development within the established framework becomes ineffective, profits and sales decrease. Breakthroughs of fundamentally new technologies arise in the depths of the established technological order, which lays the foundation for new industries and new industries.

According to the economic theory of technical development, the republic can catch up with developed countries. This conclusion is drawn from the following premises.

Kazakhstan, having strategic raw materials, found itself in a more favorable economic position compared to other CIS countries. However, the raw material orientation makes it dependent on the conjuncture of the world market. The trend in the development of the world economy shows that the republic has no other way than the development of a knowledge-based economy, i.e. an innovation-type economy. No other way will ensure 2-3-fold GDP growth in the coming years. In general, there is no one universal effective system for all countries. Each country creates a system

in relation to specific conditions, using world experience in the formation of its key elements.

The new industrial policy is connected with the implementation of innovation, investment and structural restructuring of industrial production, the development of new generation services. The diversification of domestic industries is due to the need to reduce the dependence of the economy on the export of raw materials. The solution to this problem is associated with the accelerated development of high-tech enterprises, the development of the service sector, namely consulting, engineering, communication, educational, financial services - a key factor in the transition to a post-industrial economy.

The competitiveness of industry is considered as a global strategy of a country that mobilizes various opportunities: know-how, managerial skills, human resources, innovations, technologies, industrial structure and other factors (natural and climatic conditions, etc.).

In this regard, Kazakhstan needs to find its niche in the world markets and the so-called "growth points", i.e. the development of those sectors and industries that should become competitive in the near future. The Republic of Kazakhstan requires a new, scientifically based investment strategy. This is not only the restructuring and modernization of production, starting with a specific enterprise, according to the criteria of restoration on a new technical and technological, structural, organizational and managerial (self-government) and social basis, today we are talking about high technologies, including nanotechnology, forming more progressive, V-VI technological structures. For the sake of their development, it is necessary to consistently increase the share of accumulation in GDP with a fundamentally new perception of the role of the consumer component in GDP, which is not isolated from the general reproductive process, and first of all, the reproduction of a person capable of effective life in the conditions of a new reproduction model.

References:

1. Porter M. Competition. – Ed. Williams House, St. Petersburg – Moscow – Kiev, 2003. – 496 s
2. World experience of cluster development model, Source:[<http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1085-2012-02-28-05-46-20>]
3. Theoretical approaches and principles of formation of cluster structures <http://old.creativeconomy.ru/articles/28909/>
4. The Strategic Plan of the MR RK has not been implemented effectively enough <http://news.mail.ru/inworld/kazakhstan/politics/19201034/>
5. Clustering of the economy and state cluster policy: theoretical foundations and socio-economic prerequisites, Source:http://www.eurasialaw.ru/index.php?catid=323:2013-01-15-08-51-32&id=3746:2013-01-16-06-23-24&Itemid=670&option=com_content&view=article

PROBLEMS OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Usmanova A.R, Abdukarimova S.Sh., Kurbanova E.Sh.
Supervisor – Master, senior lecturer Keikova Zh.K.
Miras University, Shymkent, Kazakhstan

Түйін: Мақалада логистиканың негізгі мәселелері мен перспективалары қарастырылады. Жаһандық логистиканың негізгі кедергілері: ақпараттың жетіспеушілігі, өткізу арналарындағы халықаралық айырмашылықтар, жүйелерді бірыңғай стандартқа келтірудің күрделілігі, кедендік баждар мен тарифтер, экологиялық сипаттағы мәселелер, Мемлекеттік органдардың әділ сауданы реттеуге араласуы бөлінді. Логистикалық жүйені жетілдірудің оңтайлы тәсілін әзірлеу сыртқы экономикалық қызметтің барлық мүдделі қатысушыларының мүдделерін ескеретін нақты реттеу арқылы оның тиімділігін арттыруға бағытталған.

Аннотация: В статье рассмотрены основные проблемы и перспективы логистики. Выделены ключевые барьеры глобальной логистики: недостаток информации, международные различия в каналах сбыта, сложности приведения систем к единому стандарту, таможенные пошлины и тарифы, вопросы экологического характера, вмешательство государственных органов в регулирование справедливой торговли. Разработка оптимального подхода к совершенствованию логистической системы имеет целью повышение ее эффективности за счет четкого регулирования, учитывающего интересы всех заинтересованных участников внешнеэкономической деятельности.

Logistics is a very profitable segment all over the world. The global transport logistics market is estimated at almost 3 trillion US dollars.

The dynamics of economic development requires a corresponding evolution of a transport system capable of efficiently servicing logistics needs. It should be understood that today there are a number of problems in the industry related to infrastructure development, technology development, information support, creation of a single information space, further improvement of corridors for transit cargo flows, organization and development of optimal conditions and infrastructure for incoming and outgoing cargo flows with subsequent local distribution to final destinations.

The existing infrastructure of the transport industry continues to face "bottlenecks", such as weak integration and synchronous interaction of the main stakeholders, insufficient development of aviation and maritime logistics, acute shortage of qualified specialists, insufficient readiness of transit infrastructure in Azerbaijan and Georgia within the Middle Corridor [1].

Kazakhstan has a rather low logistics efficiency index. So, in the ranking, the country is on the 84th place, while China is on the 20th. The highest indicators of the logistics efficiency index are in Singapore, Finland and Denmark.

Kazakhstan, being in the center of the Eurasian continent and having a wide transport and communication network, has sufficient potential to be a significant link of the transcontinental Europe-Asia bridge.

Kazakhstan, as a landlocked country, needs direct maritime access to world markets. Therefore, the development of an efficient transport and logistics infrastructure is crucial for entering world markets, facilitating trade and increasing economic growth.

A reliable transport and logistics network will help Kazakhstan integrate into the region, facilitate cross-border trade and attract foreign investment.

Kazakhstan has extensive agricultural and mineral resources, which can attract new industries and stimulate entrepreneurship through the development of infrastructure for the transportation of goods.

It should be noted that a well-developed transport and logistics system can ensure the efficient movement of goods and people, support the mining and agricultural sectors of the country, promote international trade and investment and, most importantly, corporate and regional diplomacy.

Despite the importance of the transport and logistics industry in Kazakhstan, there are a number of problems that the sector currently needs to overcome. In today's global conditions, tasks require modern, and most importantly, effective solutions.

Kazakhstan needs a significant improvement in the development of logistics infrastructure and integration, including the development of soft infrastructure. The country's road, rail and air transport systems must be updated and integrated to meet international standards [2].

The main factors are state monopolies and strong regulation of the industry. Other sources of the problem are: outdated fixed assets and their shortage, inefficient operations and coordination between stakeholders, a shortage of transport specialists and international-level logistics, as well as high business lending rates.

Since Kazakhstan has no access to the sea, the country faces significant geographical restrictions in the field of transport and logistics.

The next issue is the complexity of customs procedures, which leads to delays at the border, an increase in transport costs and a decrease in the competitiveness of Kazakhstani goods. As for the regulatory framework, it is very contradictory and needs to be clarified. As a result, there are difficulties for enterprises operating in the country.

In addition, Kazakhstan is a party to several international conventions on the transport of goods by land, sea and air. However, they have yet to be fully implemented and integrated into applicable national legislation.

Security remains an important issue. Kazakhstan's transport and logistics industry is vulnerable to security threats such as smuggling, theft and piracy. This can increase the cost of doing business in this sector and make it more difficult to attract foreign investment.

Due attention should be paid to the shortage of qualified personnel. It is worth reviewing educational programs at universities, creating platforms for the exchange of experience with the involvement of Kazakhstani industry experts and foreign specialists, ensuring that the country has the necessary personnel reserve to support the development of the warehouse sector and the logistics industry as a whole. Solving these problems will require significant reforms. Improving transport

infrastructure, simplifying customs procedures, clarifying the regulatory framework and developing a skilled workforce are all critical steps to overcome existing challenges and unlock the full potential of the sector in Kazakhstan.

Already today, we need a stable basic transport and logistics system that will seamlessly serve logistics needs at a competitive cost. At the new stage of the economy, logistics should already acquire a complex character. It is necessary that domestic logistics become not only an impetus for the development of the economy, but also give an impetus to growth.

To solve these problems, it is worth conducting a comprehensive market research and developing a development plan for the transport and logistics industry of Kazakhstan. This will be facilitated by the involvement of all interested parties and the formation of a public-private advisory council for an open dialogue.

The private sector and investments in the logistics market should be attracted. This measure is necessary to create a competitive environment by reducing state monopolies and/or eliminating competition with the private sector. And in order to attract foreign investors, in turn, incentives should be offered to participate in the development of the transport and logistics industry. Providing affordable financing and incentives is a priority [3].

The next step is re-equipment and modernization of equipment and infrastructure. In this case, it is necessary to develop credit programs with low rates to encourage investment and investment of own funds in new transport equipment.

Digitalization of transport logistics is also important. The training of qualified personnel remains an urgent issue. Development and implementation of an effective regulatory framework and policy.

And also, an important stage is the promotion of regional and international cooperation. Using its strategic position, Kazakhstan has the opportunity to strengthen relations with neighboring countries and participate in regional logistics initiatives.

By implementing these solutions and exploring the best international practices, Kazakhstan will be able to significantly improve its logistics performance and create a more efficient, competitive and sustainable transport and logistics sector.

List of used literature:

1. Zajchenko I.M. Razrabotka koncepcii cifrovoj transformacii sistemy upravleniya social'no-ekonomicheskim razvitiem regiona// Nauchnyj zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskij menedzhment. 2022. № 4(35). S. 106-114

3. Dmitriev E. 5 novyh tekhnologij, kotorye navsegda izmenyat logistiku [Elektronnyj resurs] URL: <https://news.ati.su/article/2019/04/09/5-novyh-tehnologiy-kotorye-navsegda-izmenyat-logistiku/> (Data obrashcheniya: 01.10.2023).

4. Pyat' klyuchevyh logisticheskikh tendenci j v 2022 g. [Elektronnyj resurs] URL: <https://zen.yandex.ru/media/nbp/5-kliuchevyh-logisticheskikh-tendencii-v-2022-> (Data obrashcheniya: 03.10.2023).

TRENDS OF ONLINE TRADE IN KAZAKHSTAN

Yuldasheva Sh.A., Shukputov A.A., Ermolin M.D.
Supervisor – Master, senior lecturer Keikova Zh.K.
Miras University, Shymkent, Kazakhstan

Түйін: Қазіргі әлемде Интернет-сауда қарқынды дамып келеді, сату көлемі артып келеді, бұл экономиканың осы саласының перспективалы дамуын көрсетеді. Мақалада Қазақстанның қазіргі даму кезеңіндегі интернет-сауда, негізгі проблемалар мен оның болашағы қарастырылады. Біздің елімізде оны дамытудың негізгі трендтері бөлінді.

Аннотация: Интернет торговля в современном мире стремительно развивается, объемы продаж увеличиваются, что говорит о перспективном развитии данной сферы экономики. В статье рассматривается интернет торговля на современном этапе развития Казахстана, основные проблемы и ее перспективы. Выделены ключевые тренды развития ее в нашей стране.

The food and energy crisis, high inflation, the echoes of the pandemic, the war in Ukraine that brought down established supply chains – all the shocks that 2022 was remembered for did not pass without a trace for the global economy and the consumer market.

The need to tighten your belts tighter forces you to switch to a more austerity mode. Consumers are abandoning unnecessary spending, reducing spending on clothing and entertainment outside the home, switching to cheaper brands, and keeping an eye on promotions.

The trend is the growth of online commerce: during the pandemic, consumers have become convinced that online shopping can become an equivalent and time-consuming substitute for shopping, and after studying the offers on websites and marketplaces, you can find the right price-quality ratio. The popularity of low-cost models focused on reducing the cost of a product by reducing logistics costs and marketing campaigns is growing [1].

According to a study conducted by PwC Kazakhstan and the Digital Kazakhstan Association, the volume of the e-commerce market in 2022 amounted to 1.3 trillion tenge (a year earlier it was estimated at 1.04 trillion). At the same time, the share of sales from marketplaces is estimated at 89% (in the global market, this indicator is kept at 67%). According to various studies, the share of Internet sales in the total volume of retail trade in Kazakhstan is estimated at 8-12%; it is expected that by 2025 this figure may reach 15%.

It should be noted that the share of e-commerce in Ukraine, for example, is 11%, in the UK – 20%, in China - 40%. This means that there are prospects for the growth of the sector in Kazakhstan. The reasons for this include favorable prices, a wide range of products and the opportunity to purchase goods that you cannot buy in your city or region.

It should also be noted that the number of sellers registered on the country's Internet site already exceeds 15,000, and the assortment on the local showcase has grown 6 times.

In 2022, the number of new entrepreneurs on Satu.kz increased by 3%.

The post-pandemic effect is noted among the main factors of such growth. People were forced to try to buy food and medicines with delivery, and this experience helped to remove the barriers of distrust, became familiar in other categories. Other important factors are the availability of the Internet, smartphones, and the development of online payment infrastructure. More and more users are evaluating the benefits of online shopping, confidence in their safety is growing and the frequency is increasing [2].

Also, as another growth factor, it should be noted the high level of digitalization: in 2022, Kazakhstan ranked 28th among 193 countries monitored by the UN in this indicator.

E-commerce attracts a large share of non-cash payments. According to the Association of Financiers of Kazakhstan, in the first quarter of 2023, in absolute terms, the volume of non-cash transactions increased from 19.1 trillion to 29 trillion tenge compared to the same period last year, and the share of non-cash transactions in the country increased from 80.9 to 85.6%, closely approaching the saturation point. At the same time, 82.4% of non-cash transactions account for online payments, and 17.9% - through POS terminals.

It should be noted that competition in the e-commerce market promotes innovation and investment inflow. Actively go online and develop their online retail storefronts, startups appear, new marketplaces, international players come. Thus, the standards of service are improving, the quality of services is improving.

One of the trends of recent years in the local market has been the growth of the e-grocery segment. Kazakhstanis have become more likely to buy food online – we are talking about both large weekly purchases and the purchase of a small amount of products that are needed here and now. Food delivery is still relevant: aggregators are developing, restaurants are creating their own applications.

According to the press service of Wildberries, in January - June 2023, products became the most popular category on the platform among locally produced goods: their sales amounted to 1.1 billion tenge. Among the popular categories are also clothing (431.7 million tenge), household goods (345.2 million tenge), household goods (315.2 million tenge), cosmetics and perfumes (307 million tenge).

Since 2021, the top sales at Ozon in Kazakhstan include household appliances, computer components, and consumer goods.

If we analyze the recent years as a whole, we can note an increase in non-product categories, especially in such as shoes, clothing, sporting goods. Prompt delivery has become relevant.

We can say that the time has come when retailers need to revise their budgets and think about whether they should pay more attention to the development of their online platforms or focus on content, inventory formation, collaboration

opportunities, because marketplaces have taken a large market, their capabilities, including in terms of business capitalization, are strong [3].

One of the main arguments in favor of the fact that the already strong positions of marketplaces will further strengthen is the convenience of such sites for the user.

The results of the TOP KZ Retail E-commerce 2023 ranking confirm the thesis about marketplaces as leaders of e-commerce: Kaspi.kz and Wildberries are in the first and third places of the ranking, showing an increase in monetary terms (in US dollars) in relation to 2021 by 25% and 30%, respectively.

The growing presence of marketplaces actualizes the issue of delivery, which, taking into account the geographical conditions of Kazakhstan, is very important. Customer satisfaction with the work of the marketplace largely depends on how the processes of delivery and return of goods are organized. Therefore, the driver, due to which e-commerce will grow for 15-25 years, will be well-established logistics and its cheapening.

The development of e-commerce companies that will increase the logistics infrastructure in the region will contribute to the development of the economy as a whole and the logistics industry. Today, according to PwC Kazakhstan experts, 43% of marketplaces use their own logistics, 28% work in partnership with 3PL operators, all deliver via Kazpost or by sellers.

A well-developed logistics infrastructure is a huge competitive advantage of any marketplace, since it allows for short delivery times. The opening of a large logistics facility makes it possible to increase the number of sellers on the site by 50%.

Transparency and the emergence of standards in the field of delivery contribute to an increase in consumer confidence in the online shopping market as a whole [4].

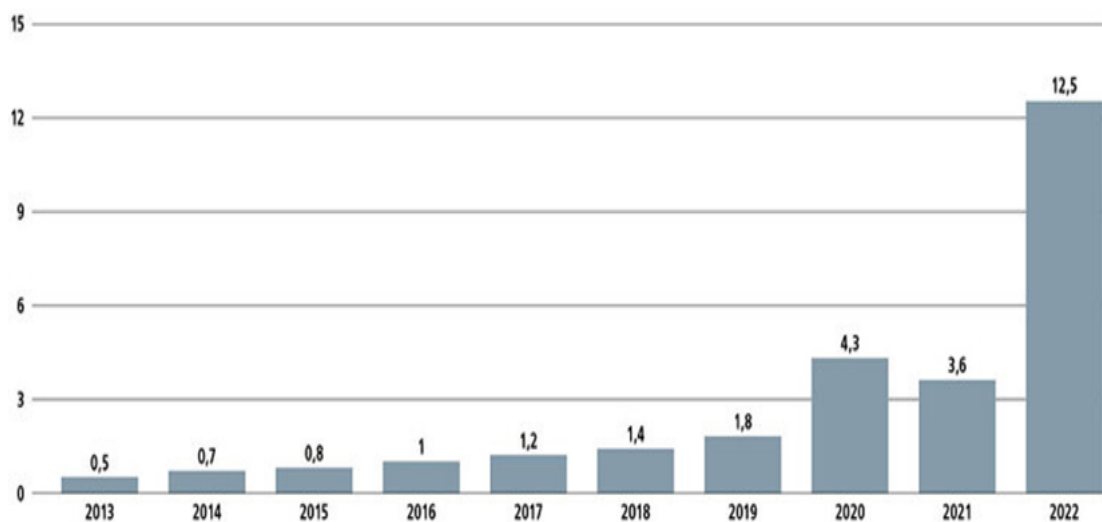


Figure 1. The share of e-commerce in the total volume of retail trade, %

Speeding up and reducing the cost of delivery will become one of the priorities for the development of e-commerce in the next two to three years. E-commerce

sellers compete primarily not with each other, but with offline, and e-commerce can "eat off" the share of offline only by providing cheaper delivery.

List of used literature:

1. Liman R.E., Rivlin A.M. Projecting the economic impact of the internet // American Economic Review. 2021. No. 91(2). P. 313-317.
2. Dergachev V.A. Geopolitics. Section "Globalization" [Electron. resource]. - 2020. URL: <http://dergachev.ru/Russianencyclopedia/04/90.html> (accessed: 05.10.2023)
3. Matsuura K. Globalization is also cultural progress // International life. - 2020. - No. 8-9. - pp. 25-32.
4. Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan [Electron. resource]. URL: <http://stat.gov.kz> (accessed: 05.10.2023)

УДК 331.108

DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL

Zhauynbay Zhanylsyn

L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Түйін: Қазіргі жағдайда ұйымның инновациялық дамуында маңызды орын алатын осы ұйымның адами ресурстары болып табылады. Ұйымның функционалдық тиімділігі қызметкерлердің инновацияларды анықтауға және идеяларды қалыптастыруға қаншалықты қабілетті екендігіне байланысты. Бұл мақалада қызметкерлердің инновациялық әлеуетін дамыту жолдары қарастырылады.

Резюме: В современных условиях именно человеческие ресурсы организации занимают важное место в инновационном развитии. От того, насколько сотрудники способны выявлять инновации и генерировать идеи, зависит функциональная эффективность организации. В данной статье рассматриваются способы развития инновационного потенциала персонала.

Organizations focused on serious competition, both in local and global markets, pay special attention to innovative development. The human factor plays a decisive role in innovation. Therefore, the personal potential of a modern employee, which is a combination of the abilities of human qualities and the ability to perform a certain type of work activity, is constantly developing.

Various factors influence the development of the innovative potential of employees.

Firstly, one of the important aspects in the formation of the creative potential of employees is the creation of a favorable socio-psychological climate. Experts give recommendations on improving the innovation climate, for this it is necessary [1]:

1. the destruction of communication obstacles, i.e. the presence of an informal management style, the presence of feedback;
2. personnel policy that ensures the involvement of personnel with non-standard thinking;
3. encouraging the search for innovative solutions.

The central role in creating an innovative climate of the organization belongs to top management. At the same time, the manager of the innovative direction must have specific qualities:

- the presence of non–standard, creative thinking;
- be able to manage people and be able to manage yourself;
- be stress-resistant;
- be an optimist;
- use time management methods, etc.

Secondly, in order to form an effective team capable of generating new ideas, the manager needs to analyze the staff and identify among the employees capable of innovation.

There are many approaches to dividing employees into main categories that are of interest from the point of view of their value for the innovation process, but the most interesting, from our point of view, is the approach of A.Y. Prikhach. He divides the entire staff into 8 types [2]:

Type 1 – employees who actively generate new ideas. They are not concerned about how colleagues will perceive the idea, while they encourage others to show initiative and creativity.

Type 2 – active creative workers. They actively develop new ideas, but do not have any influence on other employees.

Type 3 – have a high innovative potential. Periodically they offer ideas, but if their ideas are taken negatively, they cease to manifest themselves.

Type 4 – employees capable of developing new ideas, but only if their work is additionally rewarded.

Type 5 – employees who begin activation under the influence of other employees or orders from managers.

Type 6 – in conditions of motivation, such employees strive to generate new ideas, but they usually lack knowledge and experience. However, such employees are capable of learning.

Type 7 – employees who have latent abilities that manifest as a result of motivation or in a competitive environment.

Type 8 – those who do not have innovative potential.

The first and second types of employees are the most valuable for the innovation process due to the fact that they do not need to be motivated to show creative activity. But it should be noted that these types are quite rare, which is why such workers are especially valuable. However, they also have a serious drawback. It should be noted that employees of the first and second types in some situations act in accordance with their own wishes, not fully taking into account or even rejecting the requirements and installations of the company. The third, fourth and fifth types for the manifestation of creative activity need to create comfortable conditions: motivation, administrative influence, a suitable atmosphere. To activate the sixth and seventh types, it is necessary to ensure the learning process. The eighth type is very difficult to separate from the seventh, so they are often perceived as a whole.

Thirdly, in order to develop the creative potential of personnel, many organizations form banks of original ideas, which are further considered by the top management with their subsequent implementation. This is practiced in Sberbank, Coca-Cola, Nestle, Procter & Gamble, Apple, Ford and others. The main condition for the functioning of such banks is the willingness of employees to realize their creative ideas.

Of course, one of the most important factors in the development of the innovative potential of personnel is motivation. Therefore, the manager needs to pay special attention to this procedure. The lack of a motivation system will negatively affect the level of innovation activity. Responsibility for the development of this direction falls entirely on the management of the organization, it is the controlling influences that determine the further improvement of the motivation system. A position should be formed in the minds of employees that if they bring money to the company in the course of their innovation activities, then they deserve appropriate remuneration.

The main determining incentive, most often, is the level of wages. But an experienced manager knows that in addition to this, there are many other ways to motivate employees. Wages are not all that an employee wants to receive in the form of remuneration for his work. The effectiveness of the motivation system, first of all, depends on what incentives will be used, and to what extent they will correspond to the preferences of an individual employee. Here, the impacts exerted by the external and internal environment, the peculiarities of the region, as well as national specifics should be taken into account as much as possible.

For example, Sony has developed an incentive system that encourages employees to offer new ideas. So, for each employee of the company there are on average up to 10 innovative proposals. At the end of each week, the manager hands out envelopes with bonuses to the employee. Bonuses are also awarded to those employees whose proposals were rejected. This is the most important link in the company's motivation system – to encourage innovative thinking of staff. Using this example, you can evaluate the entire effectiveness of the motivation system.

However, the largest number of new ideas are subject to verification, justification and elaboration. This requires significant expenses: to attract qualified personnel, organization of production, time costs, etc. In case of successful implementation of this idea, the costs will be justified.

In addition, most of the ideas, most often, do not require a comprehensive justification, but become the result of the work of several specialists. As a result, a new product, innovation can improve the position of the organization and increase its competitiveness.

The development of the innovative potential of personnel undoubtedly has a beneficial effect on the entire activity of the enterprise as a whole. The management needs to evaluate the personnel by quantitative and qualitative characteristics. Quantitative methods include: the number of employees involved in innovative activity, the results of innovative activity, the lifetime of an innovative product, etc.

The most interesting are qualitative criteria. The methodology of D. Hawkins, a well-known teacher and specialist in the processes of innovative thinking is a series of criteria and their summation for the formation of the existing level of development of the innovative potential of personnel [3].

Hawkins D. identified the following groups of criteria:

1. Criteria characterizing intellectual readiness for innovation.
2. Criteria covering the motivational qualities of the employee.
3. Criteria characterizing the communicative qualities of the employee.
4. Criteria reflecting the innovative activity of the employee.
5. Criteria characterizing the personal qualities of an innovator employee.

Using the method of expert assessments, each criterion for the development of innovative personnel development is evaluated and the importance of the criteria is identified based on the following indicators: 10 points is an extremely important indicator; 7 points is the most important; 5 points is rather important; 2 points is important, but in rare cases; 0 points is not important. As a result, the management will see which criteria employees use most often (from 6 to 10 points), and which are less frequent. This knowledge will help to use the existing potential fruitfully in the future and develop the missing elements.

Based on the above, it can be concluded that in order to develop the innovative potential of employees, it is necessary to:

- create a favorable socio-psychological climate;
- develop the skills of a competent manager;
- analyze the staff;
- create a bank of original ideas;
- develop an effective motivation system;
- evaluate the innovativeness of the staff according to quantitative and qualitative criteria;
- draw conclusions from the information received.

In conclusion, it should be noted that the development of the innovativeness of the organization's personnel is becoming more promising every year. The main role in this process, of course, belongs to a competent manager. After all, it is he who has the opportunity to support employees, help them to best disclose and realize their capabilities. Staff who fully use their professional and creative abilities for the benefit of the company, making efforts to achieve common goals, guarantees themselves excellent career prospects.

List of used literature:

1. Filosofova T.G., V.A. Bykov. Competition. Innovation. Competitiveness. – 2nd ed., reprint. and additional – M.: UNITY-DANA, 2008. – 275 p.
2. Prikhach A.Yu. The concept of effective competitiveness // Modern management: problems and prospects: proceedings of the scientific and practical conference on March 15, 2007 / Ed. Col.: V.I. Malyuk (ed.) et al. – St. Petersburg: Publishing House of the Polytechnic University, 2007 299 p. – p.293-296
3. Hawkins D. Creative economy. "Classics XXI" with the assistance of the financial corporation "Otkritie", 2011.

ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ БАСҚАРУ ТУРИЗМ И УПРАВЛЕНИЕ ГОСТЕПРИИМСТВОМ



ОӘЖ 338.46

ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ТҮСІНІКТЕРІ, ТҮРЛЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ

Ален Г.Қ., Сулейменова Т.М. Сейджапарова А.А.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассмотрены вопросы социально-экономического содержания понятий гостиничного бизнеса, гостиничных предприятий, управления гостиничным бизнесом; рассмотрены теоретические основы управления гостиничным бизнесом и дана оценка с позиции формирования конкурентной среды.

Summary: The article considers the issues of the socio-economic content of the concepts of hotel business, hotel enterprises, hotel business management; the theoretical foundations of hotel business management are considered and an assessment is given from the perspective of the formation of a competitive environment.

Қонақ үй бизнесі-бұл демалу, тамақ, баспана, денсаулық сақтау, мәдени ойын-сауық, қоршаған ортамен байланыс қажеттілігін қанағаттандыратын әлеуметтік ұйымдастырылған қызмет. Қонақжайлылық туризм саласының негізгі құрамдас бөлігі болып табылады және әлемдік экономиканың дамуына елеулі үлес қосады. Қонақ үй шаруашылықтарының негізгі қызметі-ақылы қонақжайлылықты арнайы ұйымдастыру.

Қонақ үй бизнесін ұйымдастырудың мәнін түсінуге тырысып, оны негізінен тұтынушы – туристерге қызмет көрсетуге шоғырланған кәсіпорын ретінде анықтау керек. Туризм саласындағы нарықтың кез келген басқа жұмыс істейтін объектісі сияқты, қонақ үй шаруашылығының қызметі де тәуекелге ұшырайды.

Туризмнің тән салалары тәуекел факторлары (туристік өнімнің ерекшеліктері, осы өнім қанағаттандыратын қажеттіліктердің сипаты мен өзектілігі, туристердің әлеуметтік-демографиялық ерекшеліктері, жоғары маусымдық сатылымдар, сұраныс мөлшеріне әсер ету, яғни кәсіпорынның іскерлік ахуалы) осы саланың ықпалының үлкен әсерін тудырады. Кәсіпкерлік қызметпен бірге жүретін әсерлерден аулақ болу мүмкін емес, бірақ дәл және жылдам шешімдер қабылдау арқылы азайтуға болады, ол үшін шешім қабылдауға мүдделі адамдар туристік кәсіпорынды басқаруда білімге ие болуы керек. Өкінішке орай, бұл білім жиі таратылады және туризм индустриясының ерекшеліктерін ескермейді.

Кәсіпорын экономикалық категорияның негізі ретінде әрдайым анықтамамен дәл анықталмайды және бірнеше ұғымдарға ие. Теориялық және

практикалық тұрғыдан алғанда, экономикалық және ғылыми кеңістіктің қатысушылары мен бақылаушылары қабылдауы мүмкін бірде-бір әмбебап анықтама жоқ. Кәсіпорынның мәні, оның шығу тегі сияқты, үш өлшемде ұсынылуы мүмкін: функционалды, физикалық және субъективті [1, с. 15].

Туристік қызметтер нарығындағы бәсекелестік қарқындылығының артуымен қонақтардың сапасы мен қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін күрес артып келеді. Туристер көрсетілген қызметтерге ақы төлейді және қарапайым сатып алушылар ретінде өмір сапасын тікелей қалыптастыратын құндылықтарға көбірек көңіл бөледі. Алайда, өнімді таңдағанда, олар бағалық емес ұсыныстың мәндеріне көбірек назар аударады, бұл сапа мәселесін тиімді бәсекелестікте шешуші етеді.

Қызмет көрсету саласының ең көне нысандарының бірі қонақжайлылық болып табылады, ол жай орналастырудан гөрі қызметтердің кең ауқымын қамтиды және қосымша қызметтердің болуы қызмет көрсету нарығында нысанды таңдауды ынталандырады [3]. Қонақжайлылық саласында бірінші қонақ үй желісін құру кезінде түбегейлі маңызды болған өнімнің белгілі бір сипаттамаларын стандарттау, біріздендіру маңызды бәсекелестік артықшылық болып табылады. Дегенмен, ұсынылатын қызметтердің кең ауқымы да, қанағаттанарлық қызмет көрсету стандарттары да жоғары сапалы қызмет көрсету құралы болып табылмайды. Қонақ үй өнімі қызмет көрсету сипатына және әртүрлі компоненттерге байланысты сапаны бағалауға қызмет ететін негізгі және оңай өлшенетін белгілерді белгілі бір дәрежеде ажыратуға мүмкіндік бермейді.

Жеке авторлар қонақ үй кәсіпорнын бір немесе бірнеше меншік иелерінің тәуекелін ескере отырып, тауарлар немесе қызметтер өндіру арқылы қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған қаржылық пайда алуға деген ұмтылыспен ынталандырылған экономикалық қызметпен айналысатын тұлға ретінде анықтайды [5].

Турбулентті экономикалық ортада жұмыс істейтін қонақ үй кәсіпорнын басқаруды зерттеу мыналарды анықтайды қонақ үй кәсіпорны өз бастамасымен және өз есебінен басқа әлеуметтік бірліктердің пайдаға жету қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін белгілі бір өндірістік қызметті жүзеге асыратын тәуелсіз техникалық, әлеуметтік және экономикалық бірлік ретінде [6, 24-бет].

Біздің ойымызша, осы анықтамалардан жоғары жалпы белгі-бұл кәсіпорындар пайда табуға бағытталған және тауарлар мен қызметтерді өндірудің іскерлік белсенділігімен байланысты, олардың айырмашылықтары олардың қызметінің сипаты болып табылатын негізгі әдістердің бірі, олардың негізінде ерекшеленеді [7]:

- әр түрлі өнеркәсіптік сектордағы кәсіпорындарды қамтитын тауарлар өндіретін кәсіпорындар;
- сервистік кәсіпорындар, яғни туризм индустриясында қызмет көрсететін кәсіпорындар.

Туристік қызметтер секторы негізінен туристік өнімдер мен қызметтердің тиімді нарығын құру болып табылатын қонақ үй бизнесі кәсіпорындарының

арқасында табысты жұмыс істейді. Осыған сүйене отырып, қонақ үй бизнесі кәсіпорындары саналы түрде ұйымдастырылған, экономикалық тәуелсіз кәсіпорындар, техникалық қызметтер тұрғысынан әр түрлі, адамдардың заң топтары, туризм қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін белгілі бір экономикалық қызметті жүзеге асыруға арналған материалдық және қаржылық құралдар ретінде анықтауға болады, бұл олардың пайдасын барынша арттыруға мүмкіндік береді [8, б.58]. Басқаша айтқанда, қонақ үй бизнесі - бұл туризм саласының экономикалық мүдделерін білдіретін кәсіпорындар, олардың негізгі мақсаты әртүрлі туристік өнімдер мен қызметтерді ұсына отырып, экономикалық және әлеуметтік қажеттіліктерге қол жеткізу болып табылады.

Жүйе ретінде ұйымға сүйене отырып, басқаруды адамның іс-әрекеті ретінде анықтауға болады, оның ішінде жүйенің өндірістік пайдалы, тиімді нәтижелерін жеңілдету үшін Даму. Мұндай көрініс басқаларды басқаруға тырысудың алғышарты бола отырып, өзін-өзі "басқару" мүмкіндігін ашады.

Демек, қонақ үй кәсіпорнын басқару (менеджмент)

- бұл негізгі мақсаты кәсіпорынның миссиясы мен философиясына сәйкес орналастыру, тамақтандыру, қосымша қызметтер өндірісінің пайдасы мен тиімділігіне қол жеткізу болып табылатын іс-шаралар жиынтығы.

Қонақ үй бизнесі-бұл қонақжайлылық принципіне негізделген қонақтардың, туристердің, адамдардың әртүрлі типтері мен түрлеріне қызмет көрсететін кәсіпкерлік қызмет саласы. Демек, қонақ үй бизнесі-бұл қонақтардың, туристердің сұраныстары мен тілектерін қанағаттандыру мақсатында қызметкерлерді қабылдау мен қызмет көрсетуді, қызметкерлерді қамту кешенін қамтитын қызмет көрсету нарығының іскерлік нысандары [2].

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. – Алматы, 2003. - 94 с.
2. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе.- М.: КНОРУС, 2006. - 192 с.
3. Grove S.J., Fisk R.P. The impact of other customers on service experiences: a critical incident examination of getting along// Journal of Retailing.- 1997.- №73, p.63-85.

УДК 130.2

ЭТНИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ: ПУТЕШЕСТВИЕ В ПРОШЛОЕ И ТРАДИЦИИ ДРУГИХ НАРОДОВ

Студент группы Т-222(г) Ануарбек Арайлым Бекжанқызы

Научный руководитель: магистр экономических наук, старший преподаватель
спец.дисциплин Байгушева А.Н.

Колледж «Мирас», г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақалада мәдени дәстүрлерді сақтау мен жеткізудегі этникалық және мәдени туризмнің рөлі, сондай-ақ олардың жаһандық мәдени алмасуға және мәдени әртүрлілікті түсінуге әсері қарастырылады. Этникалық-мәдени туризмнің оң және теріс аспектілері, сондай-ақ олардың жергілікті қауымдастықтың тұрақты дамуына қосқан

үлесі талданады. Мақалада сонымен қатар этникалық және мәдени туризмнің болашағы, оның ішінде оның технологиялық инновациялармен және тұрақты дамумен байланысы қарастырылған.

Abstract: This article discusses the role of ethnic and cultural tourism in preserving and transmitting cultural traditions, as well as its impact on global cultural exchange and understanding of cultural diversity. It analyzes the positive and negative aspects of ethnic and cultural tourism, along with their contribution to the sustainable development of local communities. The article also explores the future of ethnic and cultural tourism, including its connection with technological innovations and sustainable development.

В современном мире туризм стал неотъемлемой частью нашей жизни, предоставляя возможность путешествовать и погружаться в множество культурных и этнических контекстов. Этнический и культурный туризм - это не просто форма отдыха, но и уникальная возможность понять многообразие мира, его историю и традиции.

Этнический туризм представляет собой форму туризма, направленную на погружение в культурное наследие определенной этнической группы. Этот вид туризма позволяет путешественникам понять образ жизни, традиции, обычаи и искусство этнических сообществ. Посещение этнических деревень, участие в местных праздниках и фестивалях, общение с местными жителями - все это позволяет туристам углубиться в культурное богатство других народов и расширить свои горизонты.

Культурный туризм фокусируется на изучении искусства, архитектуры, истории и культурных памятников различных стран и народов. Музеи, галереи, исторические памятники, архитектурные шедевры - все это является объектами интереса для культурных туристов. Путешествия в музеи, посещение художественных выставок и знакомство с историческими местами позволяют туристам оценить вклад различных культур в мировое наследие и насладиться красотой искусства.

Путешествия в прошлое через этнический и культурный туризм не только позволяют открыть для себя исторические факты, но и помогают понять, как эти события и традиции сформировали современные культуры. Погружение в историю помогает нам видеть свою собственную культуру в контексте мировой истории, развивает уважение к другим культурам и способствует межкультурному пониманию.

Современный мир стал свидетелем глобализации, но вместе с тем возросла потребность в сохранении и уважении традиций. Изучение традиций других культур в наше время является ключевым аспектом обогащения собственного культурного опыта. Это позволяет нам видеть красоту в многообразии традиций и обогащает наши знания о мире, в котором мы живем.

Культурное наследие – это не только источник гордости для этнических общностей, но и ключевой элемент их социокультурной устойчивости. Путем сохранения традиций, языка, ремесел и обычаев, этнические общности укрепляют свою идентичность и преемственность. Сохранение культурного

наследия также способствует уважению к разнообразию культур в мире и наращиванию толерантности.

Путешествия в прошлое через посещение этнических деревень и участие в общественных мероприятиях становятся мостом между современностью и историей. Туристы могут наблюдать и участвовать в традиционных ритуалах, изучать народное искусство и ремесла, а также познавать кулинарные особенности этнических общностей. Это позволяет им погрузиться в уникальную атмосферу и понять ценность культурных традиций.

Примеры успешных проектов этнического туризма

1. Маори в Новой Зеландии: Этнические поселения маори предоставляют туристам возможность познакомиться с их культурным наследием, традиционной музыкой, танцами (хака) и ремеслами.

2. Индейцы Навахо в США: Туристы могут посещать индейские резервации, где им предоставляется возможность узнать об их мифологии, традиционных песнях и ремеслах, таких как ткачество и создание ковров.

3. Хмонги в Таиланде: В северных районах Таиланда туристы могут участвовать в праздниках и обрядах хмонгов, узнавать о их музыке, вышивке и культуре чаепития.

Посещение искусственных памятников, таких как исторические памятники, памятники архитектуры и современные искусственные сооружения, позволяет туристам погрузиться в культуру и историю определенного народа. Например, знаменитая Тадж-Махал в Индии – это великолепный пример архитектурного наследия, связанного с культурой могольского народа. Природные памятники, такие как горные хребты, водопады и национальные парки, также являются важными объектами для туристов, предоставляя возможность насладиться красотой природы и изучить уникальную фауну и флору различных регионов.

Музеи играют важную роль в сохранении культурного наследия. Они являются хранилищами искусства, артефактов и исторических документов, позволяя посетителям окунуться в прошлое. Музеи предоставляют контекст для понимания культурных традиций и истории народа. Многие музеи также активно участвуют в образовательных программах, расширяя культурные знания туристов и местных жителей.

Архитектурные чудеса мира, такие как Пирамида Хеопса в Египте, Великая Китайская Стена и Петра в Иордании, не только впечатляют своим величием, но и служат источником вдохновения для тысяч туристов. Посещение этих мест позволяет понять силу человеческого творчества и стремление сохранить свое культурное наследие для будущих поколений.

Влияние этнического и культурного туризма на местные сообщества: устойчивое развитие и культурный обмен

Положительное Влияние на Местные Сообщества

Экономическое Развитие: Этнический и культурный туризм создают рабочие места и способствуют развитию местных предприятий, таких как

рестораны, гостиницы и ремесленные мастерские, что способствует экономическому росту местных сообществ.

Сохранение Культурного Наследия: Туристический спрос на традиционные искусства, ремесла и обычаи способствует их сохранению и передаче от поколения к поколению.

Поддержка Инфраструктуры: Доходы от туризма могут использоваться для улучшения местной инфраструктуры, включая дороги, школы и медицинские учреждения, что повышает качество жизни местных жителей.

Межкультурный Обмен: Туристические взаимодействия способствуют обмену культурными ценностями и пониманию между туристами и местными жителями, способствуя мировому миропониманию.

Негативное Влияние на Местные Сообщества

Культурная Коммерциализация: Иногда туризм может привести к коммерциализации традиций и культурных практик, что может исказить подлинные культурные ценности.

Утрата Аутентичности: Интенсивный туризм может привести к потере аутентичности местных обычаев и культурных практик под влиянием потребностей туристов.

Неравенство: Не всегда выгоды от туризма распределяются равномерно, что может привести к увеличению социального неравенства в местных сообществах.

Для смягчения негативного влияния этнического и культурного туризма на местные сообщества, важно разрабатывать устойчивые туристические стратегии. Это включает в себя вовлечение местных жителей в процесс развития туризма, поддержку местных инициатив и обеспечение баланса между туристической индустрией и сохранением культурной аутентичности.

Примеры успешных этнических и культурных туристических направлений: путешествие в мир культурного разнообразия

1. Марокко: Запахи, Вкусы и Краски Востока

Марокко привлекает туристов своими узкими улочками старых городов, богатой историей и уникальной культурой. Туристы могут посетить марокканские рынки, известные как суки, где представлены традиционные ремесла и местная кухня. Также путешественники могут ознакомиться с традиционным искусством керамики и текстиля, а также посетить древние дворцы и сады Альгамбры.

2. Бали: оазис спокойствия и духовности

Бали, один из индонезийских островов, славится своим уникальным искусством, музыкой и танцами. Туристы могут посетить храмы и священные места, узнать о традиционных балийских ремеслах, таких как ткачество и резьба по дереву, и принять участие в уроках йоги и медитации.

3. Перу: В поисках древних цивилизаций

Перу славится своими древними археологическими находками и культурным наследием цивилизации инков. Туристы могут посетить древние

города Мачу-Пикчу и Куско, изучить традиционные текстильные ремесла и попробовать аутентичные блюда андийской кухни.

4. Япония: современность и традиции

Япония сочетает в себе передовые технологии и традиционные обычаи. Туристы могут посетить японские храмы и сады, участвовать в церемониях чаепития, изучать искусство и каллиграфию и наслаждаться японской кухней, включая суши и рамен.

5. Маори в Новой Зеландии: подлинные культурные опыты

Новая Зеландия предлагает уникальный опыт знакомства с культурой маори, коренного народа страны. Туристы могут посетить маорийские деревни, участвовать в традиционных песнопениях и танцах хака, а также узнать о маорийской истории и искусстве резьбы по дереву.

Этнический и культурный туризм – это не только способы путешествия, но и ворота в мир культурного разнообразия. В мире, где границы сокращаются, и культурные барьеры разрушаются, этнический и культурный туризм играют ключевую роль в сохранении, уважении и понимании культурных традиций различных народов. В этой статье рассмотрим, какие новые горизонты открывает перед нами будущее этнического и культурного туризма, и как эти направления могут способствовать устойчивому развитию и глобальному культурному обмену.

В будущем, этнический и культурный туризм будут стремиться сохранить аутентичность культурных и исторических памятников. Усиление усилий по сохранению традиций, языков и ремесел, передача знаний между поколениями станут ключевыми аспектами, сохраняя культурное наследие для будущих поколений.

С развитием технологий, этнический и культурный туризм будут использовать виртуальные исследования и современные технологии, чтобы предоставить уникальные виртуальные туры, позволяющие путешественникам исследовать культурные памятники и традиции, не покидая своих домов. Это создаст возможность для глобального культурного обмена, преодолевая физические границы и расширяя горизонты.

Список использоанной литературы:

1. Smith, Melanie. "Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends." *Tourism Management*, vol. 32, no. 5, 2011, pp. 983-996.
2. Hall, Colin Michael, and Allan M. Williams. *Tourism and Innovation*. Routledge, 2018.
3. Richards, Greg, and Julie Wilson. "The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice." Channel View Publications, 2006.
4. Sharpley, Richard, and Philip R. Stone. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications, 2017.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА В КАЗАХСТАНЕ

Ашилова Ж. Б., Нарметов С. К., Шерметова З. Ш.
Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Калкабаев А.М.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Мақалада Қазақстан Республикасында белсенді демалыс түрлерін дамытудың негізгі бағыттары мен перспективалары қарастырылған.

Summary: The article discusses the main directions and prospects for the development of active recreation in the Republic of Kazakhstan.

Характерной особенностью активных видов туризма является непосредственная и тесная связь с природными ресурсами, с познанием природных явлений и проблемами экологии. Данные виды туризма не вызывают истощения природных ресурсов, стремясь свести к минимуму негативные воздействия на природное наследие, что дает возможность устойчиво развивать туристскую деятельность.

Активный туризм осуществляется непосредственно на всей территории Республики Казахстан. Не исключением является и Туркестанская область. Южный Казахстан обладает туристско-рекреационным потенциалом для развития активных видов туризма. Наиболее популярными активными видами туризма в Южном Казахстане является горнолыжный, треккинг, альпинизм, рафтинг, конный туризм. На основании всего вышесказанного тема данной выпускной работы является актуальной и социально значимой на сегодняшний день.

По результатам исследований проведенных в современном туризмоведении можно утверждать, что осознанно перемещаться во времени и пространстве человек начал примерно десять тысяч лет назад. При этом нематериальные мотивы целенаправленных путешествий возникли гораздо раньше материальных, они более сложны, играют первичную роль и имеют для человечества вечную перспективу.

Для сохранения прекрасной физической и психической формы человеку необходимо постоянное движение, перемена места, эмоций, занятий. Поэтому в современных динамических условиях жизни особенно актуальными направлениями деятельности по организации полноценной жизни людей становится организация оздоровительного направления в туризме посредством привлечения людей на природу, к активным формам отдыха и путешествий.

Активными называют виды туристских путешествий, которые характеризуются способами передвижения по маршруту с затратами собственных физических усилий туриста. К активному туризму относится большинство видов спортивных туристских путешествий: пеших, лыжных, горных, водных (с применением безмоторных судов), велосипедных и других,

или их комбинации на различных участках маршрута. В плановые туристские путешествия с использованием транспорта также нередко включают активную часть путешествия.[10]

Следует отметить большое многообразие видов активного туризма, к которому относятся, прежде всего, рекреационный и спортивный туризм. Однако это разные типы туризма по целевой функции, мотивам и результатам занятий.

В активном туризме эффективно реализуются не только специфические многоцелевые задачи физической культуры: образовательные, спортивные, рекреативные, оздоровительно-реабилитационные, прикладные. Он имеет большое воспитательное значение, прежде всего, как средство физического, эстетического, нравственного, патриотического воспитания молодежи, а также является универсальным средством познания мира, изучения природы, возможностей человека. Активный туризм воздействует на человека простыми и доступными средствами: походы, путешествия, экскурсии, прогулки, туристские слеты и соревнования, краеведческая и природоохранная деятельность.

Рассмотрим более подробно пятёрку самых распространённых и доступных направлений активного отдыха в Казахстане. К ним относятся (рисунок 1):



Рисунок 1. Направления активного отдыха РК

Одним из популярных видов активного отдыха в Казахстане являются походы в горы! Наибольшее разнообразие предложений, как от турфирм, так и от гидов-одиночек, в организации горных походов сегодня вы можете найти, безусловно, в Алматинской области. Оно и понятно – здесь за какие-нибудь полчаса вы из мегаполиса можете попасть на начало маршрута, то есть фактически к подножию горы, потому и съезжаются сюда с ближнего зарубежья, как бывалые альпинисты, так и любители горных походов. А для многих жителей Алматы прогулка по горам – это как поездка на дачу, естественная потребность общения с природой. В горы Заилийского Алатау ходят семьями, с друзьями, в горах организуют тимбилдинги. Горный туризм делится на спортивный (с разрядами и прочей спортивной атрибутикой) и любительский. Мы сейчас говорим о последнем.

Горный туризм, хоть и не с таким размахом, как близ Алматы, популярен в Восточно-Казахстанской и Туркестанской областях. На Востоке туристов со всего света манит загадочная гора Белуха – самая высокая вершина Алтая и Сибири. Здесь можно совершить горно-пешеходные походы от простых, некатегорийных, до походов повышенной категории сложности с применением специального альпинистского снаряжения. Также популярен район города Риддер. В основном на слуху вершины Три брата и пик Ворошилова, но стоит оказаться на Рудном Алтае, как вам непременно захочется изучить его более досконально. Лишь отдаленность региона мешает потоку туристов стать сюда более массовым. Впрочем, за последние несколько лет в ВКО открылось несколько баз отдыха, услуги которых акцентируются именно на организации горных походов. А в Риддере в 2017–2018 годах местный колледж даже выпустил сертифицированных экскурсоводов.

В Туркестанской области предлагаются туристические походы в ущелья Сайрам-Угамского государственного национального природного парка. Клубы, турфирмы, другие организации, занятые в сфере предоставления услуг, базируются в основном в городе Шымкент. Выбрать нужное место для посещения также помогут специалисты информационного бюро TurkistanTourism Center.

Кстати, горный туризм, как вид активного отдыха в Казахстане, для вас со временем может плавно перерасти в альпинизм, но это уже другая история...

Пешие маршруты, как правило, прокладываются по диким, необжитым территориям в разных странах мира. Людям свойственно желание удалиться подальше от цивилизации, слиться с природой, будто стать с ней единым целым. В нашей стране таких мест, удалённых, красивых, диких достаточно много. А вот профессиональных гидов или турфирм, специализирующихся по этому направлению, пока недостаточно. Хотя, конечно, это зависит от местонахождения заинтересовавшего вас природного объекта или ландшафта.

От пеших маршрутов логично перейти к конным. Дело в том, что и конные туры широко распространены в особо охраняемых природных территориях. Кроме того, здесь уместно будет рассказать о новом направлении в казахстанском туризме, таком как агро- или сельский туризм. Первые

гостевые дома на селе, в аулах появились в Казахстане уже лет 15 назад, но именно последние годы идет наиболее бурное развитие этого направления. Появляются не только новые гостевые дома в Алматинской, Туркестанской, Жамбылской, Восточно-Казахстанской областях, но и расширяется список услуг, которые предлагают гостеприимные хозяева этих домов. Конные туры – одна из естественных прелестей агротуризма и, в целом, активного отдыха в Казахстане.

Кроме того, организацию конных маршрутов предлагают различные туристические фирмы. Очень востребованы конные туры по живописным жайляу Семиречья в Алматинской области. Есть варианты прогулок совсем недалеко от города.

Велосипед, как вид транспорта в том числе и для путешествий, сегодня в Казахстане становится всё более популярным. В любом регионе страны есть местные сообщества, клубы велолюбителей. Однако, многие из них ограничиваются «покатушками» в городе и недалеко за городом, собираясь исключительно своим узким кругом. Впрочем, при желании к ним можно присоединиться. Есть спортивные велотуристы, когда всё необходимое снаряжение для жизнеобеспечения везут на себе. Но ни первые, ни вторые не ориентированы на то, чтобы организовать туры с гидом, с автомобильным сопровождением, получая полноценный сервис за оплату.

Тема велотуризма огромная и необъятная, в частности, одним из направлений является маунтин байкинг. Самый верный способ оказаться в седле железного коня и отправиться в горы – это искать не турфирмы, а сообщества таких же велолюбителей в том регионе, где вы находитесь, и на дружеских началах к ним присоединяться.

Изучив теоретические основы активного туризма, необходимо отметить, что при определении активного туризма наиболее удачным является вариант «вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях».

2. В РК существует большое количество проблем, которые препятствуют развитию активного туризма. К ним относятся:

- отсутствие нормативно-правовой базы развития активного туризма;
- отсутствие системы управления развитием активного туризма;
- неразвитая система транспортного сообщения, низкое качество дорожного покрытия, недостаточный уровень безопасности при передвижении;
- отсутствие или недостаток соответствующей инфраструктуры;
- отсутствие или нехватка квалифицированных кадров для работы в сфере активного туризма;
- отсутствие развитой сети информационных ресурсов;
- отсутствие образа, имиджа регионов;
- отсутствие или недостаток туристических маршрутов, включающих реализацию нескольких видов активного туризма, а не монопродукт.

Для решения данных проблем в РК идет процесс законодательных изменений с целью экономической трансформации туризма в полноценную

конкурентоспособную отрасль, способную привлечь как национального, так и иностранного туриста.

Список использованной литературы:

1. Информационно-аналитическая система «Талдау» Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. [Электронный ресурс]. URL: <https://taldau.stat.gov.kz/ru/Search/SearchByKeyWord> (01.08.2021).

2. Денисов И.В., Петренко Е.С., Мажитова С.К., Шабалтина Л.В. Экономика впечатлений. Управление развитием туризма в Казахстане // Креативная экономика. – 2020. – № 12. – с. 3687-3696.

3. Денисов И.В., Петренко Е.С., Дарибекова Н.С., Шабалтина Л.В. Государственное управление развитием туризма в Казахстане: кластерный подход // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 12. – с. 3359-3374.

4. Денисов И.В., Дарибекова А.С., Петренко Е.С., Шабалтина Л.В. Стратегическое управление развитием туризма в Казахстане // Экономические отношения. – 2020. – № 10 (4). – с. 1039-1050.

5. Добрынина Я.С., Окольнишникова И.Ю. Кластеризация как инструмент маркетингового управления и развития регионального туризма: постановка проблемы // Экономический вестник ИПУ РАН. – 2020. – № 1 (1). – с. 72-82.

ОӘЖ 338.48

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ

Бағланқызы А., Жаппар А.А., Жұрынтай Ұ. Д.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В данной работе нами был проведен теоретический анализ тенденций развития индустрии гостеприимства и туризма.

Summary: In this paper, we conducted a theoretical analysis of trends in the development of the hospitality and tourism industry.

Бүгінгі таңда Қонақжайлылық индустриясы аймақтың немесе туристік орталықтың қуатты экономикалық жүйесі және туризм экономикасының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Қонақжайлылық индустриясы әртүрлі ұжымдық және жеке орналастыру құралдарынан тұрады: қонақ үйлер, қонақ үйлер, мотельдер, жастар жатақханалары және қарапайым тұрғын үй кешендері, пәтерлер, сондай-ақ туристерді орналастырумен айналысатын жеке сектор.

Шет елдердегі қонақжайлылық қызметін жоспарлауды талдау дұрыс таңдалған және іске асырылған стратегия компанияға сыртқы ортаның жаңа өзгерістеріне тез бейімделуге, нарықтағы өз позициясын нығайтуға және бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, қолда бар ресурстарды ұтымды пайдалануға,

максималды ұзақ мерзімді тиімділікке мүмкіндік беретінін көрсетті. Кез-келген кәсіпорынның, соның ішінде қонақ үйдің жетістігі мен дамуы стратегиялық Менеджментпен тікелей байланысты.

Қонақ үй имиджін қалыптастырудың маңызды аспектілерінің бірі-оның қолтаңба стилі. Шетелдік қонақ үйлер әр түрлі қырларды қамтитын қонақүйдің қолтаңбасы мен дизайнын Мұқият дамытады. Қонақ үйдің атауы мен логотипі оның қонақүйді алғаш рет таңдаған қонақтар үшін тартымдылығының маңызды аспектілері болып табылады.

Қонақ үйдің креативті және сауатты дамыған корпоративті стилі оның қалыптасқан оң имиджінің негізі болып табылады, яғни.клиенттік базаның кеңеюіне және сәйкесінше кірістің өсуіне ықпал етеді.

Қазақстан Республикасында қонақ үй және туристік индустрияны дамыту үшін шет елдердің тәжірибесін пайдалану

Қазақстан Республикасы Туризм мен қонақжайлылықты дамыту үшін зор Климаттық әлеуетке ие. ҚР көптеген өңірлері туризмді басқа салаларды ынталандыруға және орнықты өңірлік дамуды қамтамасыз етуге қабілетті экономикалық қызметтің перспективалы бағыты ретінде қарастырады. Туризм мұнай-газ және қайта өңдеу өнеркәсібіне, сондай-ақ автомобиль өнеркәсібіне салынған инвестициялардың тиімділігі бойынша салыстыруға болатын тиімді және жоғары табысты салаға айналды.

Әлемдік тәжірибені зерделеу және қазақстандық ерекшелікті ескере отырып қолдану отандық қонақжайлылық пен туризм индустриясының табысты дамуы үшін маңызды.

Қазақстандық Қонақжайлылық индустриясы проблемаларының кең ауқымын ғылыми қоғам шетелдік және қазақстандық ғалымдардың көптеген жұмыстарында белсенді талқылауда.

Қонақжайлылық және туризм индустриясының (АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Франция, Германия) көшбасшы шет елдердің тәжірибесі туризмді халықты жұмыспен қамтуды және өңірлік бюджеттерді толықтыруды қамтамасыз ететін сала ретінде ғана емес, сонымен қатар өндірістік кешеннің тиімділігін арттыру, шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту бағыты ретінде дамыту үшін көптеген артықшылықтар мен мүмкіндіктерді көрсетеді. Сондай-ақ қонақжайлылық пен туризмді дамытуды өңірлік инфрақұрылымды дамытуға, жергілікті тұрғындардың өмір сүру сапасын арттыруға, қажеттіліктерді қанағаттандыруға ықпал ететін аумақтарды дамыту тұрғысынан қарастыруға болады.

Қонақ үй индустриясын дамытудың шетелдік тәжірибесін зерттей отырып, үкіметтер қонақжайлылық пен туризм индустриясын дамытуда маңызды рөл атқаратыны анық. Үкімет саланың дамуын бақылап, қызметтің дамуын тек қағаз жүзінде ғана емес, нақты фактілер бойынша да ынталандыруы керек.

Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, қазіргі кезеңде Қонақжайлылық және туризм индустриясында клиенттермен қарым-қатынасты басқарудың негізгі мақсаты клиент пен қонақ үй кәсіпорны арасында өзара тиімді қарым-қатынас

орнату болып табылады. Мұндай қарым-қатынастың маңыздылығы қонақ үй үшін жаңа клиент табу қиындай түсетіндігімен анықталады. Клиенттердің қажеттіліктерін зерттеу және олардың өзгеруіне тез жауап беру процесі көптеген табысты қонақ үй корпорацияларының жоғары мақсаттарына қол жеткізуге негіз болды. Клиенттермен қарым-қатынасты басқаруды дамытудың ең күшті тенденцияларының бірі-барлық тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандырудан әрбір жеке Клиентті қанағаттандыруға бағытталған толыққанды қатынастар мен тұтынушылық желілерді құруға баса назар аудару. Бұл процесс, ең алдымен, қонақ үй компаниясы үшін де, клиент үшін де ұзақ мерзімді өзара тиімді ынтымақтастыққа бағытталған.

Жұмыспен қамтуды реттеушілердің бірі-туризм және қонақ үй индустриясы. Бұл салада жыл сайын 3 миллионға жуық жұмыс орны ашылады. Мысалы, туризм Еуропалық Одақтың еңбек нарығының 13% құрайды. Халықаралық еңбек ұйымының (ХЕҰ) мәліметтері бойынша әлемдік туристік жүйеде 130 миллионнан астам адам жұмыс істейді және мұнда экономиканың өнеркәсіптік секторына қарағанда шамамен 20 есе арзан бір жұмыс орнын құру.

Дамыған туристік елдердің мысалдары (Испания, Тунис, Италия, Греция, Франция, Австрия), мұнда жұмыспен қамтылған халықтың 20-50% - ы қызмет көрсетеді, үш жаңа кәсіптің, әдетте (әсіресе жас адамдар үшін) екеуі туризм мен қонақжайлылық саласында пайда болуы мүмкін.

Бүкіл әлемде туристік бизнес үшін кадрлар даярлауға көп көңіл бөлінеді. Себебі туристік бизнес үшін білікті кадрлар мәселесі өте маңызды, өйткені туризмде тұтынушыға ұсынылатын өнім тауар емес, қызмет болып табылады.

Туристік және қонақ үй қызметтерінің сапасын қамтамасыз ету осы қызметтерді көрсететін мамандардың кәсібилігімен, туристік ресурстар мен олардың сапасын білумен тікелей байланысты. Бұл дегеніміз, бұл қызметті ұсынатын менеджердің білімі мен дағдылары оны тұтынушының сатып алуына немесе алмауына байланысты.

Қазақстандық турфирмалардың, қонақүйлер мен мейрамханалардың қызметін талдау кадрларды даярлау деңгейі мен қызмет көрсету сапасы батыста жалпы қабылданған халықаралық стандарттардан артта қалып отырғанын көрсетеді. Туризм және қонақжайлылық индустриясы үшін кадрларды даярлаудың білім беру стандарттары Еуропаның білім беру стандарттарынан айтарлықтай ерекшеленеді. Оқытудың әдістемелік аспектілері мен оқу орындарының техникалық жабдықталуы, сондай-ақ туризм, мейрамхана және қонақ үй бизнесі саласындағы мамандықтар мен лауазымдар жиынтығы ерекшеленеді.

Қазақстандық білім беру қызметтері нарығында туризм үшін мамандар даярлау жөніндегі қызмет салыстырмалы түрде жаңа құбылыс болып табылады.

Қазақстан үшін туризм үшін кадрлар даярлау жүйесін жетілдіру проблемасы ішкі және келу туризмін дамыту үшін жоғары білікті мамандар талап етілетіндігіне байланысты ерекше маңызға ие. Қазақстанның қарқынды дамып келе жатқан туристік саласы жақын арада даярланған кадрлардың жетіспеушілігін сезінетін болады.

Сондықтан ҚР Білім және ғылым министрлігі туристік білімге ерекше назар аударуы керек.

Астана, Алматы және Шымкент қалаларына келетін болсақ, қонақ үй шаруашылығын дамыту қонақжайлылық индустриясының маңызды элементтерінің бірі болып табылады.

Қазір қонақжайлылық деңгейі бойынша Астана қаласы елімізде бірінші орында тұр деп айтуға болады. Және бұл факт кездейсоқ емес. Бүгінде Астана-бай тарихы, әдемі пейзаждары, маңызды сауда және іскерлік орталығы бар әкімшілік, мәдени және ғылыми орталық қана емес. Қалада туристік қызметтің барлық түрлерін дамытудың алғышарттары бар, яғни әр түрлі санаттағы туристер ағыны өсе береді. Сондықтан әр түрлі профильдегі қаланың қонақ үй кәсіпорындарына сұраныс арта береді.

Сондықтан қалада жыл сайынғы түрлі съездер, симпозиумдар мен фестивальдар, іскерлік кездесулер қонақ үй кәсіпорындарының қолданыстағы санатын салудың және дамытудың жоғары деңгейін талап етеді.

Сауда қатынастарын дамыту орта деңгейдегі қонақ үйлер мен сауда орталықтары, вокзалдар мен автомобиль жолдарының жанында орналасқан қонақ үйлерді дамытуды талап етеді.

Туризмді дамыту үшін қала маңындағы аудандарда қонақ үй кәсіпорындарын дамыту қажет.

Қаланың қонақ үй кәсіпорындары аумақтық тұрғыдан аз шоғырланғандығы тән. Сондықтан "люкс" санатындағы қонақ үй кешендері көбінесе қала орталығында немесе қала маңындағы аймақта орналасқан. Өз кезегінде, қонақ үй кәсіпорындарының табысы төмен перифериялық аудандары кез-келген туристке қажетті негізгі стандартты қызметтерді ұсына алады.

Күрделі міндеттерді шешу үшін жаңа нысандар салу ғана емес, сонымен қатар жұмыс істеп тұрған қонақ үй типті кәсіпорындарды жаңғырту және кеңейту, материалдық-техникалық базаны жақсарту және туристік ресурстарды оңтайлы пайдалану қажет. Бурабай кентінде қонақ үй кәсіпорындарының даму қарқындылығы бойынша ерекше аймақтарға бөлу ұсынылады.

Ең маңыздысы – туристік базалар мен демалыс аймақтарын дамыту үшін аз қамтылған қалалық аудандарға, қонақ үй кәсіпорындарына, сондай-ақ қала маңындағы аудандарға шетелдік инвестициялардың бағыты.

Қонақ үй шаруашылығын дамыту және шетелдік туристерді тарту үшін оқыту және қызмет көрсету сапасын жақсарту бойынша ақпараттық турлар үлкен маңызға ие. Сонымен қатар, қаланың қонақ үй кәсіпорындарының әкімшілігі мен олармен ынтымақтасатын туристік фирмалар тарапынан маңызды қадам шетелдік серіктестер үшін қонақ үйлер мен қонақүйлерге таныстыру турларын өткізу болады.

Кейбір шет елдердің табысты халықаралық тәжірибесі ішкі туризм мен қонақжайлылық проблемаларына жаңа көзқараспен қарауға және Қазақстанды осы салада табысты етуге қабілетті негізгі бағыттарды ұсынуға мүмкіндік береді.

Әлемдік тәжірибені назарға ала отырып, Қазақстандағы туризм және қонақжайлылық индустриясының жетістіктері көбінесе жергілікті және өңірлік билік органдарының, бизнес пен ғылыми қоғамдастықтың туристік саланы және қонақжайлылық индустриясын табысты дамыту жолдарын іздеу бағытында қаншалықты тығыз өзара іс-қимыл жасайтынына байланысты деп айтуға болады.

Сондықтан жоғарыда айтылғандардың бәрінен қонақ үй секторы оның белсенді даму сатысында тұрғанын және одан әрі жетілдіру мен өркендеудің кең перспективалары бар екенін атап өтуге болады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М., 2019.
2. Международное гостиничное хозяйство. Уч. Под. ред. проф. д-ра эконом. наук Чудновского А. Д. – М: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС 2017.
3. Акимова, О. Е. Особенности мотивации предпринимательской деятельности в сфере туризма в сельской местности / О. Е. Акимова, С. К. Волков // Региональная экономика: теория и практика, 2018.
4. Волков, С. К. Развитие агротуризма / Волков С. К. // Менеджмент в России и за рубежом, 2019.

УДК 338.48

THE DEVELOPMENT OF "BLEISURE TOURISM" AS A NEW TREND IN THE FIELD OF BUSINESS TOURISM

Вагапова Л.Р.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.

Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақалада Bleisure туризмінің қазіргі жағдайының теориялық мәселелері және оның болашақта даму перспективалары қарастырылған.

Резюме: в данной статье рассмотрены теоретические вопросы современного состояния Bleisure туризма и перспективы его развития в будущем.

leisure tourism enjoys a sufficiently high potential to stimulate economic growth and public change due to its complementarity with other sectors of the economy.

Bleisure tourism is a type of tourism focused on business trips combined with leisure. This includes trips by entrepreneurs, company executives, employees and other professionals to participate in business events, meetings with partners, conferences, etc. Business tourism is usually associated with work and professional responsibilities, but thanks to the new term, in addition to a business trip, you can have time to relax and enjoy the trip. Business tourism has many advantages and they include:

1. Business network development: The opportunity to build and develop business contacts.

2. Professional development: Participation in conferences and seminars facilitates the exchange of knowledge and experience.

3. Entering new markets: and the opportunity to explore the latest trends.

4. Employee motivation, occupies one of the central places. Planning a business trip can help motivate your employees.

5. Leisure and entertainment: The opportunity to combine work, leisure and entertainment.

A bleisure trip means that employees can combine business and travel as part of a mini vacation. Tour operators will adjust the start time of excursions for non-working hours or organize their work on demand - so that when the client has a "window" in his free time from work, he can explore the sights, as well as enjoy the trip.

Business travel agencies offer hotels more favorable terms of cooperation, as well as promote hotels for b-business travelers with a more interesting range of services.

The city's hotels are trying not only to develop recreation and leisure opportunities, but also to constantly update the types of entertainment programs depending on the preferences of customers. And also, country hotels are working to improve aspects of comfortable work, such as improving Internet speed, creating coworking spaces and business corners.

Additional services include rental of equipment appropriate to the surrounding landscape, including Nordic walking poles, bicycles, kayaks and surfboards. Another option is to post maps on your website that show wellness routes and attractions, or start offering daily tour guides to guests.

According to statistics, up to 75% of seconded workers make this type of trip. One of the key features of such trips is the expansion of hotel reservations for weekends, that is, periods when there is minimal work activity, having managed to visit attractions and unique places.

Previously, hotels focused on socio-demographic characteristics. For example, age, social status, it is now important to evaluate lifestyle, habits, hobbies, and life values.

Regardless of these parameters, the client has three main needs:

-simplify their lives (i.e. get rid of everything that distracts them from what is important),

-get a ready-made solution (get the opportunity not to solve minor issues) - feel confident in the reliability and safety of the product.

The need to simplify life can be satisfied by offering the client the opportunity to create their own "package tour" directly on the hotel's website: choose, book and pay for a room, breakfast, rental of transport and sports equipment at once.

The need for a ready-made solution is to include transfers, lunch and, say, a route in the tour.

The reliability and safety of the product can be emphasized even in such simple ways as confirming all stages of booking and payment.

According to various studies, this leisure industry is growing at a rapid rate of 45% annually. In more than half of the cases, employees travel with friends or families, sometimes with several colleagues.

Thanks to this, Bleisure tourism has a significant impact on the global economy and international cooperation not only in domestic but also in external tourism, as it promotes the exchange of experience between the regions of the country. In Europe, business tourism enjoys steady development and promotion, since its beginning dates back far beyond the 1950s, and since these periods it has been developing rapidly.

The development of "bleisure tourism" plays a huge role for all countries of the world, as it is an excellent option designed for cultural enrichment of employees through recreation and business trips. By visiting exhibitions, trying new dishes and immersing yourself in the culture of another country or region. which are of high importance to the state and citizens.

Список использованной литературы:

1. Морозов, М. А. Экономика туризма: учебник для СПОМ.: Издательство Юрайт, 2020. – 291 с.
2. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: Учеб. пособие. М., 2020.
3. Imkeep E. Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach.
4. Азар В.И, Туманов С. Ю. Экономика туристского рынка.
5. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ в России и за рубежом: сравнение и тенденции. М., 2004. 145 с.
6. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2010. 304 с
7. Гуляев В.Г. Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции. М.: Импринт, 2009. 219 с.
8. Дыбаль М.А. Деловой туризм как перспективное направление развития экономики региона: дис... к.э.н. СПб., 2011. 247 с

УДК 338.48

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО РЫНКА(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ШЫМКЕНТ)

Губайдуллин Н.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Аннотация. Бұл мақалада Шымкент қаласының мысалында туристік нарықты талдаудың кейбір әдістері қысқаша қарастырылады.

Кілт сөздер: маркетингтік талдау, туризм, бәсекелестік, туристік нарық, сұраныс, ұсыныс.

Annotation. This article briefly discusses some methods of analyzing the tourist market on the example of the city of Shymkent.

Keywords: marketing analysis, tourism, competition, tourist market, demand, supply.

Индустрия туризма в Казахстане выделяется значимыми перспективами развертывания всех форм туризма, включая эко-туризм и бизнес-туризм. Информационные данные министерства культуры и спорта утверждают, что средний финансовый вклад отдельного туриста из далеких стран, посещающего Казахстан, достигает 1500 долларов. По данным Национального банка, каждый зарубежный турист способен создать две рабочие вакансии.

В 2022 году, согласно статистике отдела туризма Шымкента, город привлек свыше полумиллиона туристов, 36 тысяч из которых были гражданами стран дальнего зарубежья [1]. Большинство посетителей приехали из Алматы и Астаны, а также из множества глобальных локаций, включая Россию, Узбекистан, Кыргызстан, Турцию, США, Корею и прочие страны.

Ввиду расширения экономических и культурных взаимосвязей Казахстана с глобальным обществом, данная аналитическая тема представляется актуальной и релевантной по ряду ключевых мотивов. В первую очередь, в контексте эволюции туристической сферы, она выступает крайне значимым инструментом для стимуляции экономической активности и диверсификации доходов. Во-вторых, Шымкент, обладающий обширным историческим и культурным наследием, притягивает туристическое внимание, однако эффективная конкурентная борьба на рынке требует аналитики и стратегического планирования. В третьих, с учетом усиливающейся конкуренции на туристической арене, весомость грамотного маркетингового анализа для привлечения путешественников обостряется.

Город Шымкент, как центр культуры и туризма в Казахстане, предоставляет уникальные возможности для развития туристической индустрии. Проведение маркетингового анализа туристского рынка города имеет первостепенное значение для выявления возможностей и угроз, стимулирования развития туристической отрасли и формирования конкурентного преимущества на международной арене.

Туристский рынок - это система экономических отношений, которая связана с созданием, продвижением и реализацией туристских услуг и товаров. Он включает в себя спрос и предложение туристских услуг, а также различные субъекты, участвующие в этом процессе.

Основные характеристики туристского рынка города Шымкент:

1. **Разнообразие субъектов:** На туристском рынке присутствуют различные участники, такие как туристы, туроператоры, агентства, транспортные компании, гостиницы, рестораны и другие предприятия инфраструктуры туризма.

2. **Сезонность:** Многие туристские направления подвержены сезонным колебаниям, что создает особенности в планировании и управлении предложением.

3. **Нематериальность многих услуг:** Многие туристские услуги (например, культурный и профессиональный уровень, гостеприимство или

впечатления от поездки) нельзя "потрогать руками", что делает их оценку и продажу особым процессом.

4. **Территориальная привязанность:** Многие туристские ресурсы и объекты привязаны к конкретным местам и не могут быть перемещены.

5. **Быстрое устаревание информации:** Информация о туристских услугах и направлениях быстро устаревает из-за изменения условий, цен или других факторов.

6. **Высокая степень зависимости от внешних факторов:** Политическая стабильность, экономическая или эпидемическая ситуация, климатические условия и многие другие факторы могут значительно влиять на туристский рынок.

Знание особенностей туристского рынка позволяет профессионалам в области туризма прогнозировать тренды, адаптировать свои предложения и успешно конкурировать в условиях меняющейся рыночной среды.

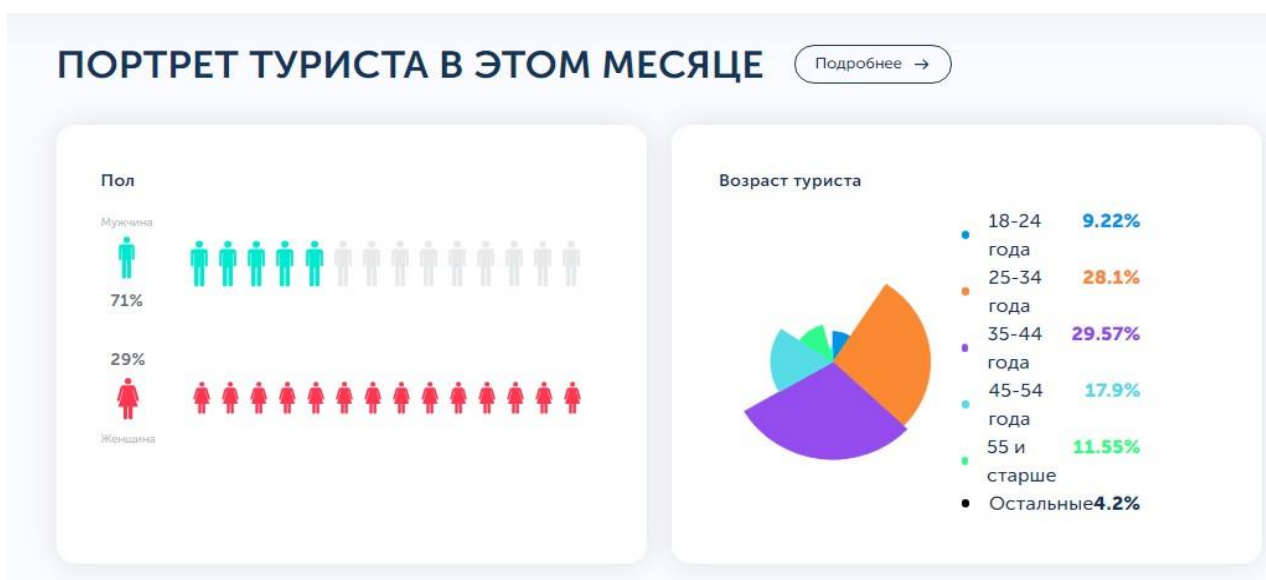


Рисунок 1. Портрет туриста в Казахстане: сентябрь-октябрь 2023

Источник: <https://tourstat.kz/> [2]

Основные демографические характеристики туристов, посещающих город Шымкент, могут включать в себя аспекты, такие как возраст, пол, доходы и интересы. Рассмотрим, как каждый из этих аспектов может повлиять на разработку персонализированных маркетинговых стратегий.

1. **Возраст:** Молодежь и студенты могут искать активный отдых, приключения и доступные варианты размещения. Семьи с детьми, возможно, заинтересованы в безопасных и образовательных турах. Пожилые туристы могут искать комфортные условия, легкость передвижения и культурные программы.

Стратегии: Создание пакетов туров, нацеленных на конкретные возрастные группы с учетом их интересов и физических возможностей.

2. **Пол:** Женщины могут предпочитать шопинг, спа-услуги или

культурные и социальные мероприятия. Мужчины могут быть заинтересованы в активных видах отдыха, спортивных мероприятиях и гастрономических турах.

Стратегии: Разработка туров с учетом конкретных интересов мужчин и женщин.

3. **Доходы:** Туристы с высокими доходами могут искать эксклюзивные и люксовые услуги. Туристы со средними доходами, возможно, ищут оптимальное соотношение цены и качества. Эконом-туристы будут искать бюджетные варианты отдыха.

Стратегии: Предоставление разнообразных туристических пакетов, которые соответствуют различным бюджетам и уровням дохода.

4. **Интересы:** Любители природы могут искать эко-туры и мероприятия на открытом воздухе. Любители истории и культуры могут быть заинтересованы в путешествиях по историческим местам. Гастрономические туристы будут интересоваться кулинарными турами и уроками.

Стратегии: Разработка и продвижение туров, специализирующихся на конкретных интересах туристов.

Анализ вышеупомянутых демографических характеристик позволяет маркетологам более точно нацеливать свои кампании, создавая персонализированные предложения, которые могут лучше всего привлечь и удовлетворить потребности и желания различных сегментов туристов.

Отзывы и рейтинг

Отзывы других путешественников и рейтинги на платформах бронирования часто имеют большое значение. Отзывы и рейтинги играют критически важную роль в индустрии туризма. Вот почему они так важны:

1. *Принятие решений потребителями:* многие туристы опираются на отзывы других путешественников при выборе отеля, ресторана, гида, экскурсии или туроператора. Положительные отзывы могут увеличить уровень доверия и склонить чашу весов в пользу конкретного предложения или туристического направления.

2. *Бесплатный маркетинг:* положительные отзывы действуют как рекомендации от довольных клиентов и могут привлекать новых клиентов без дополнительных затрат на рекламу.

3. *Улучшение качества услуг:* отзывы предоставляют важную обратную связь для туроператоров, отелей и других участников туристского рынка. Основываясь на этой информации, компании могут улучшать свои услуги и исправлять недочеты.

4. *Репутация и бренд:* в современном мире, где информация легко доступна, репутация бренда может быть построена или разрушена на основе отзывов клиентов. Высокие рейтинги укрепляют позиции бренда на рынке.

5. *SEO и видимость в поисковых системах:* отзывы могут влиять на поисковую оптимизацию. Например, многие отзывы и высокие рейтинги могут улучшить позиции объекта на платформах, таких как Yandex, Google, TripAdvisor или Booking.com.

6. *Социальное доказательство:* люди часто ищут подтверждение своего

выбора в мнениях других. Отзывы и рейтинги предоставляют это социальное доказательство, что услуга или продукт действительно хорош.

7. *Установление доверительных отношений*: открытость к отзывам и активное взаимодействие с клиентами (например, ответы на отзывы) помогает установить доверительные отношения с потребителями.

8. *Влияние на ценообразование*: отелям и другим предприятиям туристской индустрии с высокими рейтингами и хорошими отзывами может быть проще устанавливать более высокие цены за свои услуги, так как их восприятие со стороны потребителя повышается.

Личные рекомендации и «сарафанное радио» обладают огромным влиянием на принятие решений, тем не менее, важно помнить, что системы отзывов также могут быть подвержены манипуляциям, фальшивым отзывам или недобросовестной конкуренции. Поэтому важно использовать надежные платформы и подходы для сбора и анализа отзывов.

Проведя небольшой анализ отзывов, можно составить следующую, довольно неоднородную и местами противоречивую, картину о Шымкенте. Содержание отзывов зависит от индивидуального опыта каждого путешественника, его интересов и ожиданий. Однако, основываясь на общем знании о городе и отзывах туристов 2022 года [3,4,5], можно выделить несколько ключевых моментов, которые часто упоминаются:

1. *Исторические и культурные достопримечательности*: в Шымкенте есть несколько интересных музеев, памятников и религиозных объектов, которые привлекают внимание туристов.

2. *Природные красоты*: рядом с Шымкентом находятся некоторые живописные природные места, которые могут быть интересны для любителей активного отдыха и эко-туризма.

3. *Гастрономия*: южноказахстанская кухня имеет свои особенности, и многие туристы отмечают вкусные и разнообразные местные блюда.

4. *Гостеприимство местных жителей*: многие путешественники упоминают дружелюбие и гостеприимство жителей Шымкента.

5. *Развитие инфраструктуры*: некоторые туристы могут отметить, что инфраструктура для туризма в Шымкенте развивается, но еще не на уровне некоторых других популярных туристических направлений.

6. *Цены*: в зависимости от сравнения с другими регионами и странами, некоторые туристы считают Шымкент более доступным городом, в то время как другие могут считать, что цены высокие и не соответствуют качеству.

7. *Безопасность*: в целом, Шымкент воспринимается как относительно безопасный город для путешественников, хотя, как и в любом городе, следует соблюдать обычные меры предосторожности.

Это общие тенденции отзывов, но важно помнить, что впечатления от путешествия индивидуальны, и разные люди могут реагировать на одно и то же место или опыт по-разному.

SWOT-анализ - это метод оценки, используемый для определения и анализа сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз в бизнесе, проекте или инициативе. Краткое описание каждого компонента [6]:

1. *Сильные стороны (Strengths):*

- Что ваш бизнес, проект или инициатива делает хорошо?
- Какие уникальные ресурсы или преимущества у вас есть?

2. *Слабые стороны (Weaknesses):*

- Где у вас есть пробелы или ограничения?
- Что мешает вашему успеху?

3. *Возможности (Opportunities):*

- Какие внешние факторы или обстоятельства могут быть использованы в вашу пользу?

- Есть ли тренды или изменения, которые вы можете использовать для роста или улучшения?

4. *Угрозы (Threats):*

- Какие внешние факторы могут повредить вашему бизнесу, проекту или инициативе?

- Есть ли конкуренты или риски, которые могут оказать негативное воздействие?

SWOT-анализ часто представлен в виде матрицы с четырьмя квадрантами, каждый из которых представляет один из перечисленных выше элементов. Этот метод анализа помогает организациям определить свои стратегические преимущества и области для улучшения, а также адаптироваться к внешнему окружению.

Исходя из условий анализа, можно сделать следующие выводы по городу Шымкент:

1 *Сильные Стороны:*

Богатое культурное и историческое наследие (Шёлковый путь и мультикультурность).

Разнообразие и уникальность природных ресурсов.

Длительный тёплый и солнечный сезон.

2 *Слабые Стороны:*

Ограниченные маркетинговые и промоушен-активности.

Недостаточно развитая инфраструктура, проблемы с транспортом (аэропорт и железнодорожный вокзал) и дорогами.

Низкая культура обслуживания и владения иностранными языками.

Низкий уровень вовлечённости среднего и малого бизнеса в развитие городского туристического кластера.

3 *Возможности:*

Развитие эко-туризма и этно-культурного туризма.

Привлечение иностранных инвестиций.

Повышение профессионального и мотивирующего уровня туристического сектора.

4 Угрозы:

Политическая и экономическая нестабильность.

Конкуренция со стороны других туристических направлений (Туркестан и Ташкент).

Рекомендации по развитию

Требуются инвестиции в развитие транспортной, санитарно-гигиенической, гостиничной и развлекательной инфраструктуры, чтобы обеспечить комфортные условия пребывания туристов. Создание партнерств с турагентами, авиакомпаниями, и другими участниками рынка для повышения привлекательности туристического направления. Способствовать устойчивому развитию туризма, учитывая экологические, культурные, и социальные аспекты. В противовес обезличенной глобализации, сделать упор на культурно-историческую уникальность города как мультикультурного хаба, сформировавшегося под влиянием Шёлкового Пути и сохранившего свои уникальные этнические характеристики.

Шымкент с его культурным богатством и природной красотой имеет огромный потенциал стать привлекательным туристическим направлением. Систематический маркетинговый анализ является ключевым инструментом для идентификации возможностей рынка и формулирования стратегий, направленных на укрепление позиций города на туристической карте мира. Скоординированные усилия властей, бизнеса и местного сообщества могут трансформировать город в выдающийся туристический центр, способствуя экономическому росту и социальному развитию региона.

Список использованной литературы:

1. Как планируют развивать туризм в Шымкенте: <https://otyrar.kz/2023/01/kak-planiruyut-razvivat-turizm-v-shymkente/>
2. Информационная система по сбору и обработке данных в сфере туризма: <https://tourstat.kz/>
3. TripAdvisor: <https://www.tripadvisor.ru/>
4. Booking.com: <https://www.booking.com/>
5. Google Maps: <https://www.google.com/maps>
6. Маркетинг туризма: учеб. пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов и др. – М. : Федер. агентство по туризму, 2014.

ОӘЖ 338.48

ЭКСКУРСИЯЛАР МЕН ДЕМАЛЫС КҮНДЕРІНДЕГІ САЯХАТТАРДЫ ДАМЫТУ

Дабылова Айдана Қанжарқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье рассматриваются вопросы организации и проведения экскурсий и путешествий в рамках выходных дней. Эти поездки позволяют знакомиться с различными

местами, получать культурные знания, участвовать в новых играх и организовывать другие мероприятия. Выбор программ и гидов, выдача заданий и их выполнение позволяют успешно организовывать такого рода поездки.

Summary. The article discusses the issues of organizing and conducting excursions and trips during weekends. These trips allow you to explore different places, gain cultural knowledge, participate in new games and organize other activities. The choice of programs and guides, the issuance of tasks and their implementation allow you to successfully organize this type of trip.

Демалыс күндеріндегі саяхат, күн бойы саяхат кезінде алғашқы мақсаты артықты демалар мен отдықтар қамтамасыздандыру үшін орналастырылған саяхат мақсатын алуды мақсат ететін жерлерге жасалады. Бұл саяхаттарда сізге қолдайтын демалар мен отдықтарды тарту, отырып, отдың жаңа ойындарын өйрету және жаңа жерлерді және культуралық іріктеулерді тану мүмкіндігін тарату мақсаты болады. Осы саяхаттарды дамыту артықты демаларды, күлімді отдықтарды пайдалану, жергілікті культуралық танымалдықтарды жасау, жерлерді және көктемді кеңестерді көру мен аралау жолымен көмек табу үшін жазылып жатады. Бұл саяхаттар адамдардың жаңа жайларды, таңдауларды талап етеді және оларды демалыс күндерінде толық қолдайтын жағдайға келтіреді.

Демалыс туризмін анықтау үшін арнайы амалдарды орындауыңыз керек:

1. Саяхат мақсатын белгілеу. Демалыс туризмінің мақсатын белгілеу арқылы, не негізінде қалай демаларды ұсынатын жерлерге баруды пландауға болады. Мақсатты анықтау, сіздің түрмеге қандай көрінуіңізді және не көргеніңізді қалай жазықты табуыңызды жариялауға мүмкіндік береді.

2. Демалыс түрін таңдау. Сіздің қалауыңызға жасалуы үшін белгілі демалар түрін таңдау үшін орналастырылатын жерді таңдаңыз. Бұл арнайы кемпингтер, аяқтамалар жасауға арналған жерлер, жайлар мен отдықтар болуы мүмкін.

3. Саптамаларды жасау. Саптамаларды таңдау және түсіну, оларды орындау және демалыс түрінен тапсырма беру саптамаларын жасау үшін қажетті болады. Саптамалар алғаш рет іске қосылады, оларды тартудың және сенімді демаларға алдын ала сізге қашан баруды таңдауға көмекші болады.

4. Саяхаттың мерзімін белгілеу. Саяхаттың мерзімін белгілеу үшін, кездейсоқ орналастырылған демалар жасауға болады. Демалар мен саяхаттар мерзімдері арасында ешқандай айырмашылық бола алмайды.

5. Түрлендіру. Демалыс туризмінің мақсатын белгілеу, саптамаларды жасау және саптамаларды аяқтау барысында, демаларды түрлендіру мақсатыпты болады. Мысалы, сіз табансыз жерде жоспарлау жатары аяқтау үшін от қарауыңыз келе ме, соның ішінде қайындау, тауарпа, жазғыштар, тапшырпалар және алдыңғы мақсат болып табылып отыр.

6. Жолдаулар мен қолдаушыларды таңдау. Демалыс туризмінің жолдаулары мен көмекшілерін таңдау арқылы, сіз жоспарлау жолында сенімді болуға және сізді алдыңғы мақсатқа ие болуға көмекші бола аласыз.

7. Тапсырма беру. Саяхатты аяқтау мерзіміне дейін демалыс туризмі жолымен аяқтау саптамасын жасаңыз. Бұл саптамалардың жасалатын тапсырма

беруінің мақсаты сізді демаларды таңдау мен жасау үшін қажетті сауда іске асыратын жағдайда жоғары болады.

Ал экскурсия – белгіленген жерге көшірме жасауды мақсат ететін саяхат немесе көшіру жолымен аудармалармен толтырылады. Официалды экскурсиялар жасалады, қалаларды, музейлерді, тарихи жерлерді жаттықты көруге мүмкіндік береді және көпшілікте оқиғалар мен ақпараттық сыйлықтар ұсынады.

Заң бойынша, экскурсия – жеке тұлғаның уақытша болатын елдегі (жердегі) білім беру мақсатында туристік ресурстарға жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа баруы.

Экскурсиялық қызмет – туристерді орналастыру (түнеу) қызметтерін ұсынбайтын және жиырма төрт сағаттан аспайтын кезеңді қамтитын уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарға білім беру мақсатында баруды ұйымдастыру жөніндегі кәсіпкерлік қызмет [1].

Экскурсия мақсатты жерді тану үшін қолданылады және жергілікті білім береді. Саяхатшыларды экскурсиялар арқылы орналастырылған жерлерді жаттықты көре алады және олардың тарихы және культурасы туралы толық ақпарат алуға мүмкіндік береді.

Экскурсиялар дайындалған білім адамдары немесе мектептер арқылы жүргізіледі және олар қазақша, ағылшынша, орысша немесе басқа тілде бола алады. Бірнеше мекемелер мен компаниялар экскурсияларды организациялау үшін лицензиялауы міндетті.

Экскурсиялар ойындарды, театрларды, кинотеатрларды, парктарды, музейлерді және басқа орындарды жаттықты көру үшін пайдаланады. Олар ақпарат беру, танымалдық ойындар мен аудармалар арқылы аудару жолымен орындалады [2].

Саяхаттарды дамыту және экскурсияларды пландау асқан жоба болуы мүмкін. Бірақ жалпы алғанда осы жұмыс келесі шарттардан тұрады.

1. Мақсатты белгілеу. Саяхатты басқарудың негізінде белгілеу жақсы болады. Сізге саяхат мақсатын белгілеуді, німе көргеніңізді және не істеуіңізді анықтау керек.

2. Құндылық жасау. Сіздің саяхатты дайындау бюджетіңізге қатысты құндылық жасау керек. Осы аяқталғанда, сіз саяхатты дайындау үшін қаншалық ақша қажет болатынын білесіз.

3. Саяхат мерзімін белгілеу. Саяхаттың күнін, саптарын, кезеңдерін және басқа мерзімдерін белгілеу керек.

4. Қазақстан ішіндегі жерлерді таңдау. Сіздің саяхатты таңдау үшін, сізге қызықты болатын жерлерді және культурлық аяқтамаларды іздеу керек.

5. Таңдаулар мен билдірулерді жасау. Саяхатты бірнеше саптамен жасау жөнінде жоспар жасау маңызды. Осы саптамаларда, жерлердің таңдауларын жасау, жолаушылар мен жаттықты көмекшілерді таңдау және жолдауыларды жүргізу керек.

6. Таңдауларды жүргізу. Саяхатты барысында сіз таңдауларды жүргізгеннен кейін, оларды тікелей алу үшін алдын ала таңдаулардың

жаттықтылығы мен қабылдауларын білгіңіз керек.

7. Қауіпсіздік жоспарын жасау. Сіз саяхат жоспарында қауіпсіздік мәселелеріне шешім табу үшін өзіңізді қанша көмекшілерге, жолаушыларға, жаттықты көмекшілерге және жерлердің басқа ақпараттарына қажет болатындығын білуіңіз керек.

8. Демалыс күндерін таңдау. Саяхаттың дамуы кезінде сіздің жергілікті демалыс күндерін таңдауға болады. Оларды жасау кезінде жерлердің біріне баруды таңдауға көмекші бола алады.

9. Саяхатты аяқтау. Саяхат жолында баруды аяқтау үшін қажетті барлық көмекшілерді және жерлерді дайындау үшін жоспарлау керек.

10. Тапсырма беру. Саяхатты аяқтау кезінде кіші тапсырмаларды тағылайтын және оларды қорқытып жатқан жағдайда оқиғаларды шығару мүмкін [3].

Саяхатты дамыту жоспарыны жасауды және оны аяқтауды тиісіз басқару керек, сондықтан осы мәліметтер саяхатты пландау мен дайындау жайлы анықтама беру кезінде көмектесіп, оларды оқиғаларды пайдаланудың жақсы жолын анықтайды.

Сонымен, кейбір мысалдарды ұсынамыз.

1) Жасау жерін таңдау. Мысалы, сіз табансыз жерде кемпингті аяқтау күнінің келісімдерінің және мерзімдерінің белгіленген болуы мүмкін. Сіздің мақсатыңыз - ежелгі тарихи жерлерді жаттықты көрсету болса, сізге саяхатқа келетін мерзімде болады.

2) Саптамалар жасау. Саптамаларды қалыптастыру, оларды жасау және оларды үстелді жүргізу мысалы жоқ. Сіз саяхаттарды дайындау үшін айрықша кемпингтер мен орындық ойындар ұсынатын туризм компанияларының көмекшілігін пайдалана аласыз [4].

3) Тапсырма беру. Кемпингтерді жасау кезінде, кемпингтің іске қосылуын белгілеу үшін тапсырма беру мақсатыпты болады. Одан соң, кемпингтің басқа жерлерімен жаңа аудармалар жасау және оларды үстелді жүргізу мақсатыпты болады.

4) Тұлғаларды тану және оқиғаларды жасау. Кемпингтің демалыс күндерінде саяхатшыларға кемпингтің айнымасын таныту және оларды жариялау үшін аяғыңызда болуы мүмкін оқиғаларды жасау мақсатыпты болады. Мысалы, сіз ұсынған ойындар, ауыр жерлік ойындар жатыр.

5) Саяхаттың мерзімін белгілеу. Саяхаттың мерзімін жаттықты түрде белгілеу мақсатыпты болады. Мысалы, жылдарға жарай айтарсыз, кемпингті жаз күндеріне алуды таңдау жақсы болар [5].

Қорытындылай келе, осы мақалаға бұны қосқым келеді. Шешімге дейінгі статистикалық деректер немесе ақпаратты, алдыңғы мақсаттарын және нысаналарын айқындау, дамыту жолында қажетті мамандарды және құрамдас органдарды анықтау керек. Академиялық бағдарламаны жазу немесе жазудағы мекемелерді таңдау жақын жағдайда барынша көмек көрсету үшін саяхат жоспарлаушыларымен байланыстырады. Тақырыптық мақсаттылықты, саяхаттың тарихын және жариялайтын аудармаларды айқындау мақсатын

ұйымдастыру жақын жағдайда төмендетуіне керек.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан». – Алматы, 2001 г. (посл. Изменения от 29.12.2022 № 174-VII).
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
3. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).
4. Дүйсен Г. М. Қазақстандағы туризм индустриясының қалыптасуы мен дамуының негіздері. «ЛЕМ» баспасы. – Алматы, 2022 ж.
5. Скобельцина А. С. Экскурсоведение: Учебное пособие. СПб, 2017 г.

ОӘЖ 338

КРУИЗДІК ТУРИЗМ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Әбділесов И. М., Абдыхалыкова М.Б., Бигалиева Б.Б.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье рассматриваются вопросы организации и проведения круизных туров.

Summary. The article discusses the issues of organizing and conducting cruise tours.

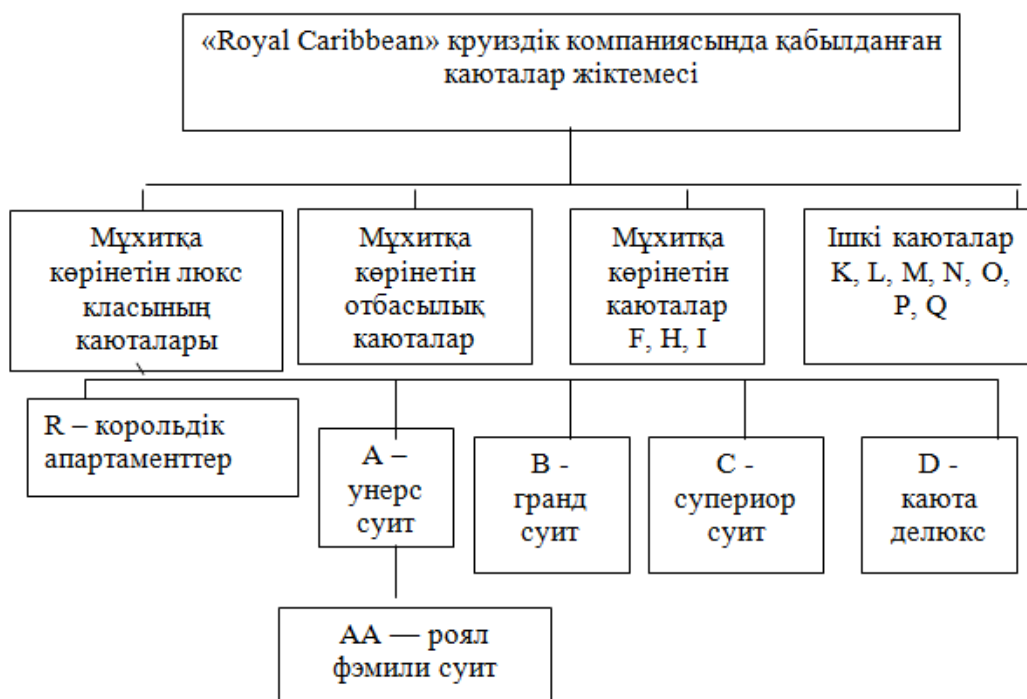
Теңіз круиздері ұзақ жылдар бойы туризм индустриясының, әсіресе Еуропа мен Азияның ең қарқынды дамып келе жатқан сегменттерінің бірі болып саналады. ДСҰ талдаушылары бұл көлік құралдарының және олардың жайлылығының дамуымен, демалыстың осы түрінің қолжетімділігімен және ең бастысы теңіз круиздерінің және саяхат мерзімдері бойынша және бұрын қол жетімді емес өңірлерге, мысалы, Мұзды мұхит акваториясында қол жеткізуге болатын алуан түрлілігімен түсіндіреді.

Теңіз круиздерінің әртүрлілігі кеме сыныбымен және міндетті жайлылық элементтерінің болуымен және сыныптау жүргізілетін бірқатар басқа да сипаттамалармен қамтамасыз етіледі.

Каюталардың неғұрлым жалпы жіктелімі:

- үнемді (жасанды жарығы бар каюталар);
- стандартты (терезелері бар);
- премиум (балкондары бар).

1- суретте «Royal Caribbean» круиздік компаниясында қабылданған каюталардың жіктемесін келтірейік.



1 сурет - «Royal Caribbean» круиздік компаниясында қабылданған каюталар, теңіз круиздеріне арналған кемелер жіктемесі

Круиздік турлардың маңызды ерекшелігі бортта ойын-сауық ұйымдастыру болып табылады. Круиз кемелерінде түрлі клубтар жұмыс істейді, өнер көрсету үшін актерлер шақырылады, түрлі шоулар өткізіледі, ойын клубтары мен казино көзделген. Әдетте, круиз туры «барлығы қосылған» жүйесі бойынша ұйымдастырылған, бұл тамақтануға, спорт залдары мен мүкәммалға, ойын-сауық бағдарламасына қолданылады. Круиздік турлардың артықшылықтарының бірі олардың визасыз болуы болып табылады. Жолаушылар порттарда болуы және визасыз 48-72 сағат бойы экскурсия жасауы мүмкін.

Теңіз круизи - бұл басқа ешкімге ұқсамайтын демалыс түрі және сондықтан туристер үшін оның ерекшеліктері тұрғысынан өте тартымды. Егер оларды санамалап көретін болсақ, онда круиздік демалыс ерекшеліктеріне мыналарды жатқызуға болады:

- бірінші ерекшелігі: клиенттер бір сапарда бірнеше елге барғысы келеді;
- екінші: круиздер: ақшаны жақсы есептей алатын адамдардың демалысы;
- үшінші ерекшелік: круиздік лайнерлер сыныбы «жұлдыздар» санымен жер бетіндегі қонақ үйлерге қарағанда жоғары;
- төртінші айырмашылық: тамақтану круиздік компаниялардың визиттік карточкасы болып табылады;
- теңіз круиздерінің бесінші ерекшелігі: шағын кеңістікте ойын-сауықтың жоғары шоғырлануы және туристер баратын елге тән эксклюзивті

тауарларды сатып алу экскурсияларының тамаша жиынтығынан басқа, круизде болу мүмкіндігі.

Бұл ерекшеліктер жайлы тұру және жағымды, оқиғаларға толы уақытта теңіз круизін саяхат түрі ретінде өткізу саяхаттың басқа түрлерінен түбегейлі ерекшеленеді. Бұл жерде бір қонақ үйден екінші қонақ үйге ауысу, қосымша ұшу және т.б. шаршау жоқ, Сонымен қатар, бір круизде туристер түрлі елдерге барады, көптеген экскурсиялар жасайды, көптеген қызықты адамдармен кездеседі. Кеме бортында саяхатшыларға арналған жайлы мейрамханалар мен барлар, музыкалық салондар, кинозалдар, дүкендер, казино, спорт орталықтары жұмыс істейді.

Теңіз круизінің басты кемшілігі - турист күн сайын теңізді немесе мұхитты көреді, бірақ онда шомыла алмайды. Мәселені жартылай лайнерде теңіз суы бар бассейндердің болуы шешеді. Демалысты толығымен тамашалау үшін турфирмаларда лайнермен саяхатты круиз басталатын немесе ол аяқталатын елдегі жағажай демалысымен біріктіру ұсынылады (әдетте бұл Испания, Италия, Мальта) [1].

Круизді ұйымдастырудағы ерекшеліктерге олардың ерекшеліктерін тараптардың нақты міндеттерінде салынатын теңіз саяхаттарын ұйымдастыруда да, өткізуде де жатқызуға болады [2].

Туроператор сондай-ақ борттағы әлеуетті клиенттердің талаптарын ескеруі қажет, яғни каютадағы каюталардың «қоныстануы» біркелкі болуы үшін каюталарда тұру құндылығын объективті түрде айқындауы қажет. Туроператордың нарықтық мүмкіндіктері және каюталарда орналастыру құны кемнің тиелуіне айтарлықтай әсер етеді. Осыған байланысты ол:

а) «нөлдік» рентабельділік кезінде жалдау ақысының құнын жабу үшін ең аз рұқсат етілген тиеу;

б) жайлылық деңгейі мен ұзақтығы бойынша ұқсас круиздерді ұсынатын бәсекелестердің жолдамаларының құны;

в) ұсынылатын круизге сұраныстың ықтимал деңгейі.

Туроператорға туристік жолдамаларды сату кезінде:

- туристік жолдаманың құнына енгізілетін қызметтердің тізбесін және кеме бортындағы ақылы қызметтердің тізбесін нақты баяндау. Соңғыларына әдетте экскурсиялар, бардағы алкогольді және салқын сусындар, телефон арқылы сөйлесулер, саунаға, шаштаразға, спорт залдарына бару, спорт мүкәммалын жалға алу, қайта медициналық қызмет көрсету және т.б. жатады;

- круиздің барлық қатысушыларын олардың құқықтары мен міндеттері туралы, тұрақ порттарындағы қалаларға баруға құқық беретін қажетті құжаттар туралы - виза, егу, кедендік декларациялар және т.б. туралы хабардар етуге;

- кемнің жүзу портында (пирс және оның нөмірі, порттың вокзал ғимараты және т.б.) круизге қатысушылардың жиналатын күнін, сағатын және орнын жариялауға;

- каюталар мен палубалардың нөмірлері мен санаттары бойынша қоныстандыру жоспарын жасау және оның негізінде круизерлер тізімін дайындау;

- онда броньдалған үстел нөмірі бар каюта мен мейрамхананың орналасқан жері туралы, тамақтану тәртібі мен ауысымы туралы ақпаратты жеткізуге;

- кемеде орналасуы және тұрмыстық және медициналық қызметтердің, экскурсиялық бюроның жұмыс уақыты туралы ақпарат беру.

Әдетте круизер мұндай ақпаратты туроператор берген ақпараттық парақтан ала алады, онда лайнердің (теплоходтың) жоспары келтірілген және оның каютасы белгіленген.

Турфирманың саяхаты үшін кемелерді турфирма мен теңіз кеме қатынасы арасында жасалатын арнайы шарт - фрахт-келісімшарт бойынша жалға алады.

Шартқа міндетті қосымшалар:

- турфирмамен келісілген кеме қозғалысының кестесі;
- шарт жасасу сәтінде бекітілген кемеңің жоспар-картасы;
- маусымдық жеңілдіктерді ескере отырып, әрбір теңіз бассейні үшін каюта санаттары және элементтік ставкалар бойынша кемеңің жалға алғаны үшін төлемақы есептеу.

Шарттың маңызды тармақтарының бірі тараптардың жауапкершілігі туралы тармақ болып табылады. Кеме иесі:

- кеме қозғалысының белгіленген кестесін сақтауға;
- кемеңің белгіленген қозғалыс кестесі өзгерген жағдайда кінәлі тарап екінші тарапқа оның нақты шығындарын төлейді;
- егер кеме иесі шартта көзделген кемеңің қандай да бір себептермен бере алмаса, онда ол турфирмаға бір үлгідегі басқа кемеңің береді;
- егер кеме круиз кезеңінде кемеге немесе теңізде апатқа ұшыраған адамдарға көмек көрсетсе, онда кеме иесі рейсті кешіктіргені үшін жауапты болмайды. Рейс тараптардың келісімі бойынша осы уақытқа ұзартылады, жалдау ақысы және туристерден тамақтану үшін ақы алынбайды.

Теңіз круиздік саяхатын ұйымдастырудың ерекшеліктерін зерттей отырып, олар, біріншіден, теңіз саяхатының түрлері бойынша - лайнерлерді пайдалана отырып, классикалық теңіз круиздерінен бастап, мұзжарғыштар мен желкенді яхталарды пайдалануға дейін туристік өнімдердің мазмұнымен көрінеді деп айтуға болады, екіншіден, теңіз саяхаттарын ұйымдастырудағы ерекшеліктерге олардың ұзақтығын жатқызуға болады: 2-3 күннен 90 күннен астам уақытқа арналған дүниежүзілік саяхатқа дейін, үшіншіден, теңіз саяхаттары визалық режимнің ерекше нысанын ұйымдастыруды талап етеді; төртіншіден, теңіз турың ұйымдастыру ерекшеліктеріне кеме экипажы мен туроператордың круиз жүргізудегі құқықтары мен міндеттерінің аражігін ажыратуды жатқызу керек. заңнамалық және нормативтік актілермен регламенттелген, ал бұл көлік құралының иелері мен оның қызметтерін тұтынушы арасындағы шарттық қатынастардан көп; бесіншіден, саяхат кезінде кеңістіктің жабықтығы және өркениет құралдарынан алшақтығы круизді ұйымдастырушыға тек байланыс құралдарың ғана емес, сондай-ақ қызметтердің барынша жиынтығың жасау қажеттілігін жүктейді (ақылы және тегін), тамақтануды, медициналық көмек көрсетуді ұйымдастыруды және

саяхатшылардың қауіпсіздігін қамтамасыз етуді, бірақ туристік бизнестің осы түрі мамандарының пікірінше, круиздік туризмді ұйымдастырудың басты ерекшелігі оның визасыз болуы болып есептеледі, бұл негізінен оны жүргізу мен дамытудың басты құрамдас бөлігі болып табылады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Кашапов М. М. , Пошехонова Ю. В. , Кашапов А. С. Инновациялық білім беру технологиялары: оқулық. Педагогика, 2022.- 264 б.
2. Егоренков Л. И. Туризм технологиясына кіріспе: оқу құралы / Л. И. Егоренков. - М.: Қаржы және статистика, 2017. — 304 б.
3. Деньщик А.С. Круиздік туризмнің проблемалары мен даму тенденциялары / А. С. Деньщик, а. о. Алексеева // зерттеу, жүйелеу, кооперация, даму, Экономика және басқару саласындағы әлеуметтік-экономикалық жүйелерді талдау (ИСКРА – 2018). – 2018. – 261-265 бб.
4. Савинов И. В. Демалыс күндері су жорықтарын ұйымдастыру және өткізу: әдіс. нұсқаулар, 2017. - 191 б.

УДК 338.48

АНАЛИЗ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Әбдірахман А. А., Ғали К., Бактыбай Б.С.

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университет, г. Шымкент, Казакстан

Түйін: В статье проеден анализ въездного туризма в РК.

Summary: The article analyzes inbound tourism in the Republic of Kazakhstan.

Одной из проблем развития туристской отрасли в Республике Казахстан является преобладание внутреннего и выездного туризма. Въездной туризм по-прежнему развивается слабо, что ведёт к целому ряду негативных последствий. Въездной туризм представляет собой не что иное, как невидимый импорт. Казахстанские туристы оставляют свои капиталы в другой стране. Известно, что один турист приводит к созданию десяти рабочих мест, и эти места создаются не в Казахстане. Не загружены отечественные гостиницы и аэропорты, мало распродаются отечественные сувениры. Поэтому для казахстанского туризма в настоящее время актуальной задачей является развитие въездного туризма.

За первые девять месяцев 2022 года число въездных туристов в Казахстан резко возросло до 3,4 миллиона человек, что в 3,6 раза больше, чем за аналогичный период 2021 года. Этот впечатляющий всплеск числа посетителей не связан с какими-либо значительными изменениями в туристическом секторе страны.

Рост въездного туризма можно объяснить целым рядом факторов, наиболее значимым из которых является улучшение ситуации, связанной с пандемией коронавируса, и снятие всех ограничений на поездки. Это позволило большому количеству людей совершать поездки через международные

границы. Кроме того, наблюдается большой приток путешественников из соседней России из-за ситуации с мобилизацией.

Выездной туризм Казахстана в 2022 году значительно опередил въездной туризм. За первые девять месяцев этого года за границу выехало 6 миллионов граждан страны, что в 2,2 раза больше, чем за аналогичный период 2021 года.



Рисунок 1. Численность обслуженных туристов в разрезе типов туризма, 2022г

Число внутренних туристов в Республике Казахстан за год значительно выросло, увеличившись на впечатляющие 25,1%. Это означает, что в общей сложности 4,9 миллиона человек.

Туристический сектор Казахстана остается слабым местом в общем развитии страны, несмотря на различные попытки его улучшить. В действительности, ситуация пока не подает признаков улучшения, и текущее положение дел, несомненно, удручает.

Казахстан занял 84 место в мировом рейтинге лучших стран для туризма, заняв предпоследнее место среди 85 стран мира, наряду с Ираном. Этот рейтинг демонстрирует, насколько далеко Казахстану еще предстоит пройти в развитии туристического сектора по сравнению с другими странами региона, такими как Украина, Узбекистан, Азербайджан, Беларусь, Россия, но и Замбии, Ливану, Мьянме и другим. Рейтинг, составленный авторитетным изданием, наглядно демонстрирует положение дел в секторе.



Рисунок 2. Рейтинг лучших стран для туризма, 2022г

Казахстанская международная выставка KITF «Туризм и путешествия» является одной из основных стратегий развития туристического имиджа Казахстана. Ее посещают представители разных стран, с которыми отечественные туроператоры и другие компании заключают договоры и меморандумы.

Международный туризм представляет большой интерес для многих посетителей. На выставке есть множество возможностей изучить деловой, образовательный, медицинский и оздоровительный туризм. Здесь можно получить ценные сведения об этих различных формах путешествий и узнать больше о преимуществах каждой из них.

Раздел выставки, посвященный внутреннему туризму, весьма популярен, хотя участие в нем сопровождается высокой ценой. Он демонстрирует широкий спектр туристических направлений в Казахстане. Выставка проводится при поддержке различных организаций, таких как Министерство культуры и спорта, акимата города Алматы, нацкомпания Kazakh Tourism, НПП «Атамекен» и прочих.

Похоже, что вместо того, чтобы поощрять внутренний туризм и привлекать туристов из-за рубежа, руководящие органы фактически направляют свои усилия на организацию мероприятий, основной целью которых является продвижение выездного туризма.

Между тем, согласно отчету о результатах мониторинга реализации бюджетных программ (подпрограмм) Министерства культуры и спорта

Республики Казахстан на 2022 год, ведомству была предложена общая сумма в размере 402 млн. тенге в категории «Стимулирование туризма и туристской деятельности». Это довольно скромная сумма, и, однако, даже здесь процент исполнения составил всего 21,3%, а неосвоенная сумма - 316 2 млн. тг.

Выполнение плана по субсидированию расходов туроператоров в сфере въездного туризма на каждого иностранного туриста составило 10,3%. Исполнение плана по субсидированию стоимости билета, включённого в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Казахстана составило 36,1%.

Туристическая отрасль в Казахстане не получила должного развития, а государственные ведомства, похоже, не делают достаточно для ее роста и процветания. Этот недостаток инвестиций и внимания оказал огромное влияние на состояние сферы, оставив ее далеко позади того, чего достигли многие другие страны.

Список использованной литературы:

1. Денисов И.В., Петренко Е.С., Дарибекова Н.С., Шабалтина Л.В. Государственное управление развитием туризма в Казахстане: кластерный подход // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 12. – с. 3359-3374.

2. Денисов И.В., Дарибекова А.С., Петренко Е.С., Шабалтина Л.В. Стратегическое управление развитием туризма в Казахстане // Экономические отношения. – 2020. – № 10 (4). – с. 1039-1050.

3. Добрынина Я.С., Окольников И.Ю. Кластеризация как инструмент маркетингового управления и развития регионального туризма: постановка проблемы // Экономический вестник ИПУ РАН. – 2020. – № 1 (1). – с. 72-82.

УДК 338

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНО - ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Ин К. С., Ергеш Б.Т., Минхаерова Я.В.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.

«Мирас» университет, г. Шымкент, Казакстан

Түйін: Мақалада Қазақстандағы мәдени-танымдық туризмді дамытудың өзекті мәселесі қарастырылады.

Summary: The article deals with the actual problem of the development of cultural and educational tourism in Kazakhstan.

На сегодняшний день культурно-познавательный туризм является одним из самых распространенных и востребованных видов туризма. Он представляет собой путешествия и поездки с познавательными целями.

Согласно закона «экскурсантом является лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика».

Однако до сих пор нет общепринятого определения культурно -

познавательного туризма. Приведем определение культурного туризма, данное в Международной хартии туризма, принятой Международным советом по охране памятников и достопримечательностей (ИКОМОС). Оно гласит, что культурно-познавательный туризм – это форма туризма, цель которого состоит в знакомстве с культурой и культурной средой места посещения, включая ландшафт, знакомство с традициями жителей и их образом жизни, художественной культурой и искусством, различными формами проведения досуга местных жителей [1].

Следовательно, культурно-познавательный туризм помимо ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями может включать посещение культурных мероприятий, фестивалей, музеев, театров, объектов культурного наследия, контакты с местными жителями.

В культурно-познавательном виде как самостоятельном виде туризма Е.В. Мошняга различает следующие подвиды культурного туризма (рисунок 1):

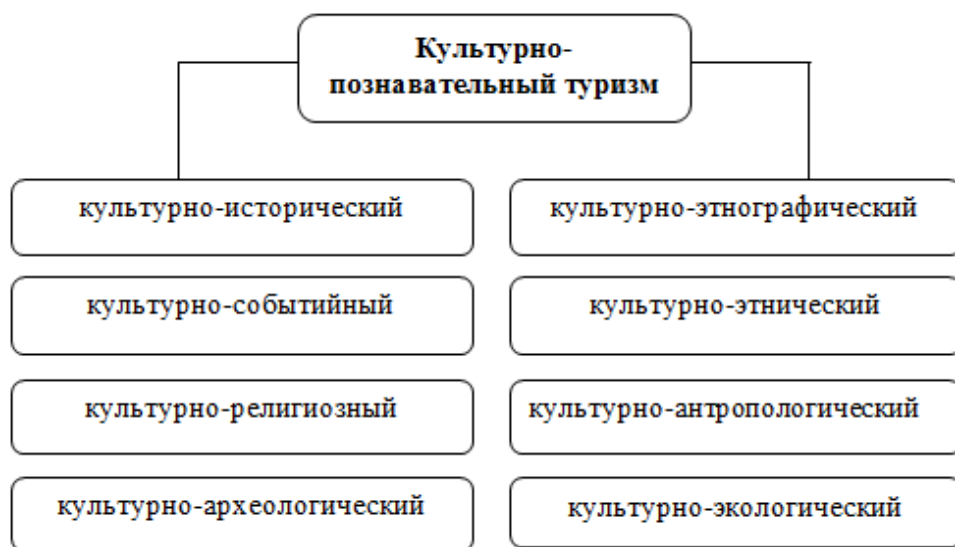


Рисунок 1. Подвиды культурно-познавательного туризма

В настоящее время развитие культурно-познавательного туризма связано, прежде всего, с тем, что он способствует созданию позитивного имиджа, инвестиционной привлекательности, содействует повышению образовательного и культурного уровня населения, уважения к своей национальной культуре и культурам других народов и стран [3].

Развитие культурно-познавательного туризма играет важную роль и в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения. Развитие сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации, сохранению и развитию культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами. Туризм является средством открытого доступа к человеческим ценностям, культурному

наследию, духовному оздоровлению. Кроме того, туризм является средством коммуникаций, взаимопонимания между людьми, средством развития интеллекта.

Культурный туризм является самым популярным и массовым видом туризма. Его интенсивное развитие связано с возросшей потребностью людей в расширении знаний, в повышении интеллектуального уровня. Развитие культурного туризма стало одним из приоритетов XXI века. По разным оценкам культурный туризм составляет до 35%, а по некоторым данным даже 60% мирового потока туристов [1]. Особое место в культурном туризме занимают музеи, благодаря им можно получить исчерпывающую информацию о культурном наследии, художественных шедеврах и различных достопримечательностях посещаемой страны или города.

История Казахстана имеет богатое историческое прошлое, также необходимо отметить, что Казахстан в силу своего геополитического положения испокон веков является местом пересечения разных культур, народов и традиций. Огромным импульсом для сохранения и развития культуры казахского народа стала Государственная программа «Культурное наследие», разработанная и реализуемая по инициативе первого Президента Казахстана Н. Назарбаева. Таким образом, в рамках реализации программы «Культурное наследие» был создан Национальный музей Республики Казахстан [1].

Подводя итог, следует отметить, что Республика Казахстан обладает большим нереализованным потенциалом для развития культурно-познавательного туризма на международном уровне. Постепенное внедрение всех необходимых средств развития, увеличение интереса к индустрии туризма Казахстана, позволят стране гармонично интегрироваться в международный рынок туризма. Интенсивное развитие туризма окажет положительное влияние на занятости населения, поспособствует созданию новых рабочих мест, увеличению доходов населения, повышению притока инвестиций в национальную экономику и т.д.

Список использованной литературы:

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. - СПб: "Изд. дом "Герда", 2018. -192 с.
2. Балабанов И. Т., Балабанов А.К. Экономика туризма: Уч.пособие. - М.: «Финансы и статистика», 2020. - 176с.
3. Дурович, А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: РИПО, 2020. – 295 с.
4. Мошняга, Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. – 2019. – № 3. – С. 20–34.
5. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 392 с.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Исмаилова Д.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.

«Мирас» университет, г. Шымкент, Казакстан

Summary: Tourism plays one of the main roles in the global economy. According to the World Tourism Organization (WTO), it provides a tenth of the world's gross national product, over 11 percent of international investment, and every 9th workplace in world production. Extreme tourism is a very promising direction that can attract many tourists. Extreme sports enthusiasts can find many exciting opportunities, including downhill skiing in the Altai Mountains, mountaineering on the high peaks of the Tien Shan, water sports on lakes and rivers, as well as desert tourism in the endless sand dunes of Mangystau. These adventures allow tourists to feel the spirit of nature and adrenaline in one package, exploring the far corners of Kazakhstan.

Түйін: Туризм әлемдік экономикадағы басты рөлдердің бірін атқарады. Дүниежүзілік Туристік Ұйымның (ДСҰ) мәліметтері бойынша, ол әлемдік жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестициялардың 11 пайызынан астамын, әлемдік өндірістегі әрбір 9-шы жұмыс орнын қамтамасыз етеді. Экстремалды туризм-бұл көптеген туристерді тарта алатын өте перспективалы бағыт. Экстремалды әуесқойлар көптеген қызықты мүмкіндіктерді таба алады, соның ішінде Алтай тауларындағы тау шаңғысы, Тянь-Шаньның биік шыңдарындағы альпинизм, көлдер мен өзендердегі су спорты және Маңғыстаудың шексіз құм төбелеріндегі шөл туризмі. Бұл шытырман оқиғалар туристерге Қазақстанның алыс бұрыштарын зерттей отырып, табиғат пен адреналин рухын бір пакетте сезінуге мүмкіндік береді.

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО) он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта, свыше 11 процентов международных инвестиций, каждое 9-е рабочее место в мировом производстве. Экстремальный туризм— это очень перспективное направление способное привлечь множество туристов. Любители экстрима могут найти множество увлекательных возможностей, включая горные лыжи в горах Алтая, альпинизм на высокогорных вершинах Тянь-Шаня, водные виды спорта на озерах и реках, а также пустынный туризм в бескрайних песчаных дюнах Мангистау. Эти приключения позволяют туристам ощутить дух природы и адреналина в одном пакете, исследуя далекие уголки Казахстана.

Экстремальный туризм — это вид активного отдыха, который привлекает тех, кто ищет адреналин и неповторимые впечатления. Казахстан, с его разнообразной природой и уникальными природными ресурсами, предоставляет отличные возможности для развития экстремального туризма. В данной статье мы рассмотрим состояние и перспективы экстремального туризма в стране.

На сегодняшний день экстремальный туризм в Казахстане находится на начальном этапе развития. Однако уже существует несколько ключевых факторов, которые способствуют его росту:

1. Разнообразная природа

Казахстан обладает разнообразной природой, которая идеально подходит для экстремальных видов отдыха. Здесь можно заниматься горным велоспортом в Тянь-Шанских горах, сплавляться на байдарках по быстрым рекам, исследовать пещеры и многое другое. Это делает Казахстан привлекательным местом для тех, кто ищет приключения на свежем воздухе.

2. Развивающаяся инфраструктура

В последние годы в Казахстане активно развивается инфраструктура для экстремального туризма. Создаются новые туристические маршруты, базы для альпинистов и спортивных центров для экстремальных видов отдыха. Это способствует увеличению числа туристов, приезжающих в страну.

3. Поддержка правительства

Правительство Казахстана придает большое значение развитию туризма в стране, включая экстремальный туризм. Оно предоставляет различные льготы и субсидии для туристических компаний, что способствует росту этой индустрии.

Имеющиеся и перспективные направления виды экстремального туризма

Альпинизм

Казахстан, с его многочисленными горами, является идеальным местом для альпинизма. Одним из самых известных объектов для альпинистов является высочайшая вершина Казахстана — гора Хан Тенгри, высотой 7 010 метров над уровнем моря. Также популярными горами для альпинистов являются Пик Победы (7 439 м) и Шахтинская (6 137 м), предлагая различные уровни сложности и вызовы для альпинистов.

Каякинг и рафтинг

Казахстан обильно оснащен многочисленными реками и горными потоками, предлагая отличные условия для каякинга и рафтинга. Река Чарын, Или и Чу предлагают путешествия с различными уровнями сложности, начиная от легких потоков для начинающих и заканчивая сложными реками для опытных каякеров и райтеров.

Скитур

Северные и восточные регионы Казахстана предлагают удивительные возможности прохождения маршрутов по пересеченной местности на специальных лыжах, включающее подъемы и спуски

Дайвинг

Хотя Казахстан не имеет выхода к морю, страна известна своими прекрасными озерами. Одним из наиболее популярных мест для дайвинга является озеро Анатоль, расположенное в восточной части страны. Озеро Балхаш также предлагает возможности для дайвинга, позволяя туристам исследовать подводные красоты. Стоит так же упомянуть такие интересные места для дайвинга как Каспийское море и о. Каинды

Скалолазание

Скалолазание — это еще один популярный вид экстремального туризма в Казахстане. Многочисленные скальные образования, такие как Тамгалы-Тас,

Азиатские скалы, Бутаковский водопад, Мектеп Skala и другие, предлагают разнообразные маршруты для скалолазов с различными уровнями сложности.

Перспективы экстремального туризма в Казахстане

С учетом текущего состояния экстремального туризма в Казахстане, можно выделить несколько перспектив, которые могут сделать эту отрасль более успешной и привлекательной:

1. Продвижение страны на мировой арене

Казахстан имеет потенциал стать одним из главных экстремальных туристических направлений в Центральной Азии. Это требует активного продвижения и маркетинга на мировой арене. Проведение международных мероприятий, соревнований и фестивалей может помочь привлечь внимание туристов со всего мира.

2. Развитие образовательных программ

Для безопасной практики экстремальных видов отдыха необходима подготовка и знание. Развитие образовательных программ и школ для туристов и инструкторов способствует росту экстремального туризма, улучшая безопасность и качество услуг.

3. Устойчивость и экологичность

Сохранение природы и экологичность при организации экстремальных мероприятий играют важную роль в развитии этой отрасли. Стремление к устойчивому туризму поможет сохранить природную красоту Казахстана и привлечет тех, кто ценит экологию.

Таким образом, экстремальный туризм в Казахстане имеет огромный потенциал для развития благодаря разнообразной природе, развивающейся инфраструктуре и поддержке правительства. Путем активного продвижения на мировой арене, развития образовательных программ и соблюдения принципов устойчивого туризма, Казахстан может стать важным игроком в мире экстремального туризма и привлечь туристов, ищущих уникальные приключения и впечатления в этой части мира.

Список использованной литературы:

1. «Развитие туризма в Казахстане» // Казахстанская правда. -№ 48-49. - 24 февраля 2015. - С. 3-5.
2. Ердавлетов С. Р. География туризма: история, теория методы, практика. - Алматы, 2011. -293 с.
3. Туризм в Казахстане: проблемы и перспективы // Экспресс-Казахстан. Стратегический план развития туризма в РК на 2010-2014 гг.
4. Квартальнов В.А. «Стратегический менеджмент в туризме». - М.: ИНФРА. -2007. - 452 с.
5. Ильяна Е. Н. «Туроперейтинг: организация деятельности» - Москва: 2005. - 264 с.
6. Маринин М.М. «Туристские формальности и безопасность в туризме» - Санкт-Петербург: 2003. -169 с.

ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІ ЖЫЛЖЫТУДА ҚОЛДАНЫЛАТЫН ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСТАР

Иристаев Ж. Р., Абдуманат Ж.А., Юнусалиева И.А.
Ғылыми жетекшісі: магистр, аға оқытушы Саниева З. Р.
"Мирас" университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: в статье проеден анализ данных, характеризующих развитие цифровых технологий в туристическом секторе, и выделение тенденций данного направления.

Summary: the article analyzes data characterizing the development of digital technologies in the tourism sector and highlights trends in this area.

Ақпараттандыру-дамыған елдердің қоғамдық қатынастар жүйесінің ең жарқын белгілерінің бірі. Адамзат өркениет дамуының осындай кезеңіне кірді, онда ақпарат пен білім адамдар қызметінің барлық салаларында шешуші рөл атқарады. Сонымен қатар, ақпарат қазіргі қоғамда экономикалық өсудің маңызды факторына айналуға.

Нарықтық инфрақұрылым саласында ақпараттандыру неғұрлым серпінді дамуда: тауарларды, бағалы қағаздарды және валютаны сатып алу-сату кезінде делдалдық қызметтерді жүзеге асыратын кәсіпорындар, сондай-ақ жарнамалық-өкілдік қызметтер мен аудиторлық қызмет негізінен жаңа заманауи ақпараттық техникамен жаратқандырылған. Қоғамды ақпараттандырудың келесі революциялық кезеңі ғаламдық компьютерлік желілерді пайдаланудың ерекше өсуімен байланысты. Интернеттің Бүкіләлемдік компьютерлік желісі соншалықты қарқынды дамып келеді, жыл сайын оның абоненттерінің саны мен ақпараттық ресурстардың көлемі екі есеге артады. Бұл серпіліс пен туристік бизнестен тыс қалмайды. Автоматтандыру және электронды техниканы кеңінен қолдану туризм саласындағы өзекті міндеттердің біріне айналуға.

Әлемдік туристік индустрия технологияға байланысты түбегейлі өзгерістерге ұшырауда. Соңғы онжылдықта технологияның дамуы туристік қызметтерді зерттеу және брондау процесін айтарлықтай өзгертті. Цифрлық технологиялар болашақ қалалардың мәдениеті мен туризмін дамыту стратегиясының басты бағытына айналуға.

Қазақстандық онлайн-қызметтер нарығы жылдам қарқынмен өсуде, бұл туризм саласына цифрлық технологияларды енгізумен байланысты. Цифрлық технологиялар туристердің қалалық ортаға интеграциялануына ықпал ететін және оған саяхатты өз бетінше жоспарлауға мүмкіндік беретін болашақ қалалардың мәдениеті мен туризмін дамыту стратегиясының басты бағытына айналуға [1].

Туризмде қолданылатын ақпараттық технологиялар жүйесі компьютерлік резервтеу жүйесінен, телеконференциялар жүйесінен, бейнежүйелерден, компьютерлерден, басқарудың ақпараттық жүйелерінен, авиакомпаниялардың электрондық ақпараттық жүйелерінен, ақшаны электрондық жіберуден,

телефон желілерінен, қозғалмалы хабарлама құралдарынан және т. б. тұрады.

Айта кету керек, бұл технологиялар жүйесін турагенттер, қонақ үйлер немесе авиакомпаниялар әрқайсысы жеке емес, олардың барлығы орналастырады. Сонымен қатар, туризмнің әр сегментінің Ақпараттық технологиялар жүйесін қолдануы барлық басқа бөліктер үшін маңызды.

Мысалы, қонақұйдің ішкі басқару жүйелері компьютерлік Ғаламдық желілермен байланысты болуы мүмкін, олар өз кезегінде қонақүйлердің резервтік жүйелерімен байланыс орнатуға негіз болады, олар кері бағытта турагенттерге компьютерлері арқылы қол жетімді болуы мүмкін. Демек, біз туризмде таралатын интеграцияланған ақпараттық технологиялар жүйесімен айналысамыз.

Жоғарыда айтылғандардан туризм индустриясында компьютерлер, телефондар, бейне терминалдар өздігінен таралмайтыны анық-мұнда өзара байланысты компьютерлік және коммуникациялық технологиялар жүйесі жұмыс істейді. Сонымен қатар, туристік индустрияның жекелеген компоненттері бір - бірімен тығыз байланысты-өйткені көптеген тур өндірушілер бір-бірінің қызметіне тігінен немесе көлденеңінен қатысады. Мұның бәрі туризмді жоғары интеграцияланған қызмет ретінде қарастыруға мүмкіндік береді, бұл оны ұйымдастыру мен басқаруда ақпараттық технологияларды қолдануға одан да сезімтал етеді.

Туристік кәсіпорындарға арналған қолданыстағы бағдарламалық жасақтаманы талдау көрсеткендей, бағдарламалардың басым көпшілігі турлар, қонақ үйлер, клиенттер, көлік құралдары кестесі және өтінімдердің түсуі туралы ақпаратты енгізуге, өңдеуге және сақтауға мүмкіндік береді. Олардың барлығы әртүрлі құжаттарды басып шығаруға мүмкіндік береді – сауалнамалардан, ваучерлерден және туристер тізімінен бастап қонақүйлердің, турлардың сипаттамаларына дейін және т. б. бағдарламалық өнімдердің көпшілігі турлардың төлемін бақылауға, төлем құжаттарын басып шығаруға, қонақүй мен көліктегі орындардың есебін жүргізуге мүмкіндік береді.

Бүгінгі таңда туризмде көптеген жаңа компьютерлік технологиялар қолданылады, мысалы, ғаламдық компьютерлік резервтік жүйелер, интеграцияланған коммуникациялық желілер, мультимедиялық жүйелер, Smart Cards, менеджменттің ақпараттық жүйелері және т. б.

Қазіргі заманғы компьютерлік технологиялар туристік өнімді жылжытуға (тарату және сату) үлкен әсер етеді. Ең алдымен, бұл туристік өнімді жылжыту мен сатудың жаңа маркетингтік арналарын құру мүмкіндігіне қатысты. Сонымен, жарнама саласында туристік ақпаратты электрондық пошта (direct-mail) арқылы тікелей тарату кеңінен таралды. Соңғы жылдары Туристік кәсіпорындардың көпшілігі интернетте өз сайттарын құруда.

Қазіргі уақытта туристік өнімді қалыптастыру GDS (Global Distribution System) жаһандық тарату жүйелерін пайдалануды көздейді, олар көлікте билеттерді жылдам және ыңғайлы брондауды, қонақүйлерде орындарды резервтеуді, автомобильдерді жалға алуды, валюта айырбастауды, ойын-сауық және спорттық бағдарламаларға билеттерге тапсырыс беруді және т. б.

қамтамасыз етеді.

Жаһандық брондау жүйелері-global Distribution System (GDS) туристік агенттіктердің кең таралуына байланысты айтарлықтай географиялық қамтуға ие, әдетте бір немесе бірнеше елдің аумағын қамтиды, әдетте белгілі бір брондау жүйесі арқылы өз ресурстарын тарататын компаниялардың шектеулі саны үшін брондау қызметтерін ұсынады [3].

Алайда, қазіргі уақытта оларды енгізу қарқынына тежегіш әсер ететін бірқатар объективті факторлар бар, оларға мыналарды жатқызуға болады:

– экономикалық тұрақсыздық, заңнамалық қамтамасыз етудегі "олқылықтар",

– ақпараттық технологиялар саласындағы басқарушы кадрлар білімінің жеткіліксіздігі,

– ақпарат саласындағы мамандардың тапшылығы,

– ғылыми-зерттеу және тәжірибелік әзірлемелерді мемлекеттік қаржыландырудың жеткіліксіздігі,

– есептеу техникасы мен байланыс құралдарын дамыту саласында батыспен салыстырғанда әлі де айқын артта қалушылық бар.

Аталған мәселелермен қатар, басқа да көптеген мәселелер бар, мысалы:

–кәсіпорынды басқарудың барлық деңгейлері басшылығының да, басқару саласының қарапайым қызметкерлерінің де автоматтандыру мәселелеріне (жаңа ақпараттық жүйелер мен технологияларды енгізу)қатысты құзыреттілігі жеткіліксіз;

–басқару саласындағы дәстүрлі тәсілге берілгендік.

Көптеген басшылар мен мамандар уақыт көптеген міндеттерді жүзеге асырудың жаңа тәсілдерін қажет ететінін түсінсе де, оларды іс жүзінде жүзеге асыруға асықпайды. Бұл типтік міндеттерге де, түбегейлі жаңа міндеттерге де қатысты.

Тағы бір мәселе-кәсіпорындағы қолданыстағы басқару жүйесін талдау. Бұл мәселе әдебиетте егжей-тегжейлі сипатталғанына және мұндай зерттеулердің қажеттілігін отандық және шетелдік ғалымдар бірнеше рет дәлелдегеніне қарамастан, кәсіпорындар мұндай жұмысты жүргізуге өте құлықсыз келіседі және оны болдырмау мүмкін болмаған кезде ғана. Мысалы, мұндай жұмыстарды жүзеге асыру басқарудың корпоративтік жүйелерін енгізудің міндетті шарты болып табылады. Нәтижесінде кәсіпорынды өндірістік және басқару секторында ұйымдастырушылық қайта құру қажеттілігі туындайды.

"Ақпаратқа ие, әлемге ие" деген әйгілі сөз туристік бизнес саласы үшін бұрынғыдан да өзекті болып табылады, ол жеделдік, сенімділік, дәлдік, ақпаратты өңдеу мен берудің жоғары жылдамдығы сияқты белгілермен сипатталады.осы саладағы басқару шешімдерінің тиімділігін анықтайды. Компьютерлік ақпараттық технологиялар экономикалық және басқарушылық ақпараттық технологиялар ғылымының дамуына серпін беріп, қоғамның ғылыми-техникалық және әлеуметтік-экономикалық дамуының маңызды құралы ретінде барған сайын маңызды бола отырып, одан әрі қарқынды

дамитын болады.

Зерттеу көрсеткендей, соңғы жылдары ҚР мен әлемдегі туристік индустрия цифрлық технологиялардың дамуына байланысты факторлардың әсерінен қалыптасты. Бұл туристік нарыққа қатысушылардан қарым-қатынас, ынтымақтастық, ақпарат алмасу тәсілін өзгерту арқылы бизнесті өзгертетін жаңа тенденциялар мен ағымдарды түсінуді талап етеді. Цифрлық технологиялар өмір салтын, бос уақытты, демалысты, ұтқырлықты және туризмді оның барлық түрлерінде түбегейлі өзгертті. Өңірлік деңгейде туризмді дамыту үшін дестинациялардың әлеуеті мен мүмкіндіктерін ашатын жаңа цифрлық ортада оларды іске асыру үшін туристік өнімдерді әзірлеу қажет.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Вишневецкая Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 4, 2019, с. 12-24, DOI 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2
2. Развитие туризма в Казахстане, 4 марта 2020 URL: <https://dknews.kz/ru/ekonomika/65883-razvitie-turizma-v-kazahstane>
3. Ggg
4. Туризм и главные бенефициары отрасли 25 августа 2022 <https://gazprombank.investments/blog/market/online-booking/>
5. Онлайн-туризм в Казахстане: когда его доля начнет расти? Автор: Еркін Тікенов 04.06.2019 URL: <https://kapital.kz/economic/78627/onlayn-turizm-v-kazahstane-kogda-yego-dolya-nachnet-rasti.html>
6. Темпы роста внутреннего туризма - 8-8,5%, 20 ноября 2022г URL: <http://tourbus.ru/news/1709.html>

УДК 338

ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Когай В.А.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.
Университет "Мирас", г.Шымкент, Казахстан

Түйін: Бұл мақалада біз туризм индустриясының құрылымымен және оның негізі ұғымдарын қанастырамыз.

Summary: In this article we will look at the structure of the tourism industry and its basic concept.

Индустрия туризма – это производственный комплекс, который включает в себя много отраслей, занимающихся развитием туризма и создающих условия для путешествий и отдыха. Другими словами индустрия туризма производит туристический продукт, который востребован как на внешнем, и на внутреннем рынке.

Структуру туристической индустрии можно представить следующим образом:.

Индустрия развлечений, деятельность туроператоров и турагентов, транспорт, организация экскурсионно-познавательных мероприятий

(собственно индустрия туризма)

Индустрия гостеприимства, состоящая из индустрии услуг, индустрии размещения, индустрии питания

Глобальные компьютерные сети (ГКС)

Гостиничные предприятия являются как бы базой любого туристического продукта. Размещение всегда входит в пакет услуг.

Транспорт также является неотъемлемой частью любого путешествия, так как он подразумевает перемещение в пространстве.

Туроператоры - туристические предприятия, разрабатывающие туры.

Туроператоров принято различать на инициативных и рецептивных.

Инициативные туроператоры - это операторы, отправляющие туристов за рубеж. Рецептивный туроператор разрабатывает программу приема туристов внутри страны. Турагенты - предприятия, реализующие туры, разработанные туроператорами, в розничную сеть.

Являясь сложным межотраслевым народнохозяйственным комплексом, туристская индустрия включает в себя следующие компоненты:

- организаторов туризма – туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты);
- предприятия предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, пансионаты, дома отдыха и т.д.);
- предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.);
- транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия речного и морского транспорта и др.);
- экскурсионное бюро;
- производственные туристские предприятия (производство туристских сувениров, гостиничной мебели, туристского снаряжения);
- предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров);
- предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.);
- учреждения самодеятельного туризма (туристские, альпинистские, велосипедные клубы);
- органы управления туризмом (государственные учреждения, общественные туристские организации);
- учебные заведения туристского профиля, туристские информационные и рекламные службы, научно- исследовательские и проектные организации туристского направления, предприятия по производству туристских товаров и сувениров. В дополнение к этому туризм обслуживает множество «поддерживающих» компаний, в том числе, организации по обмену валюты, страхованию, кредитованию и т. д.

По мере расширения и усложнения процессов организации туризма все новые отрасли и предприятия национальной экономики вовлекаются в туристское производство.

Обслуживанием туристов занимаются предприятия торговли, банки, страховые компании. Косвенно формируют туристскую индустрию предприятия, обслуживающие не только туристов, но и другие группы населения: учреждения культуры, лечебные и медицинские учреждения, организации связи, предприятия по производству товаров народного потребления, общественный пассажирский транспорт и т.д.

Список используемой литературы:

1. Писаревский Е.Л. "Основы туризма" учебник издательство: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
2. Туризм О.Ж. Устенова, О.В. Кубаева. Год выпуска: 2011. Издательство: Экономика. - 241с.
3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ: Учебник/А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 470 с.
4. Жагловская А. А., Ербол И. Е. Т86 Всемирное наследие и международный туризм: оқу куралы / Жагловская А. А., Ербол И.Е.. - Павлодар: Кереку, 2017. - 108 с.
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. М.: КНОРУС, 2008. -400 с

УДК 338

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ

Қалмұрат М.

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, қ. Шымкент, Қазақстан

Резюме: Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО) он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта, свыше 11 процентов международных инвестиций, каждое 9-е рабочее место в мировом производстве.

Summary: Tourism is an activity directly related to recreation, leisure, sports and communication with culture and nature, which should be planned and practiced as a means of individual and collective improvement. In this case, it becomes an indispensable factor in self-education, tolerance and knowledge of the differences between peoples and cultures in their diversity.

Қазақстан Республикасы әлемдік туристік нарықтарға белсенді ену үшін объективті алғышарттарға ие. Қазақстанның негізгі туристік өнімі – табиғи ресурстар, тарихи және мәдени мұралар. Статистикалық және эмпирикалық деректерді талдау Қазақстанның туристік өнімдеріне қызығушылығын және туризмді дамытудың оң үрдістерін дәлелдейді

Туризм әлемдік экономикада басты рөлдің бірін атқарады. Бүкіләлемдік Туристік Ұйымның деректері бойынша ол әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестицияның 11%-дан астамын, әлемдік өндірістің әрбір тоғызыншы жұмыс орнын қамтамасыз етеді.

Туризмнің қазіргі индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Туризмнен табыс мұнай, мұнай өнімдері және автомобиль экспортының табысынан кейінгі тұрақты үшінші орында келеді. Әлемдік туристік нарықтың дәстүрлі аудандары өзінің рекрециялық сыйымдылығының шегіне іс жүзінде жеткендіктен, туризмнің өсуі туристер баратын жаңа аумақтар есебінен басым дамитын болады. Осыған байланысты, Қазақстанның әлемдік туристік нарықта өзінің лайықты орнын табуға бірегей мүмкіндігі бар.

Қазіргі туризм еңбекшілердің жыл сайынғы ақылы еңбек демалысына шығуымен байланысты, мұның өзі адамның демалуға және бос уақытын өткізуге деген негізгі құқығын тану болып табылады. Ол жеке адамды, адамдар мен халықтар арасындағы өзара түсіністікті дамытудың факторына айналды.

Қазіргі туризм – бұл әлемдік экономиканың құлдырауды білмейтін саласы. Мамандардың есебі бойынша, орташа есеппен, бір шетелдік туристің беретін табысын алу үшін оған барабар, шамамен 9 тонна тас көмір немесе 15 тонна мұнай немесе 2 тонна жоғары сұрыпты бидайды әлемдік нарыққа шығару керек екен. Бұл ретте, шикізат сату елдің энергия көздерін азайтады, ал туристік өндіріс таусылмайтын ресурстармен жұмыс істейді. Шетелдік экономистердің есебі бойынша, 100 000 турист қалада орташа есеппен екі сағат болған кезде кемінде 350 000 доллар немесе адам басына бір сағатта 17,5 доллар жұмсайды. Сөйтіп, шикізат сату өзіндік экономикалық тығырыққа тірелу болса, ал туризмді дамыту – ұзақ мерзімді, экономикалық тиімді болашақ.

Туризм жалпы алғанда, мемлекеттің экономикасына үш оң нәтиже береді:

1. Шетел валютасының құйылуын қамтамасыз етеді және төлем теңгерімі мен жиынтық экспорт сияқты экономикалық көрсеткіштерге оң ықпал жасайды.

2. Халықтың жұмыс пен қамтылуын көбейтуге көмектеседі. Бүкіләлемдік Туристік Ұйым мен Бүкіләлемдік туризм және саяхат кеңесінің бағалауы бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына жұмыс орны келеді екен. Туризм тура немесе жанама түрде экономиканың 32 саласының дамуына ықпал жасайды.

3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға жәрдемдеседі.

Туризм тек қана экономикалық емес, сонымен бірге әлеуметтік-мәдени мкңызға ие. Себебі ол елдер арасындағы мемлекетаралық байланыстардың және мәдени айырбастың дамуына ықпалын тигізеді, аймақаралық байланыс көлемін арттырады, халықтың танымдық деңгейін көтереді.

Қазақстанға туризмнің хаостық дамуы, мемлекеттің, қоғамдық-құқықтық және жеке құрылымдардың арасында өзара байланыстың жоқтығы, экономикалық механизмнің жетілмегендігі тән. Туризм сферасындағы макротенденциялар туризмнің тек бір сегментінің - шығу

туризмнің артықшылықты екенін анықтады. Сонымен бірге, Қазақстанда келу туризмін дамытудың да алғышарттары іс жүзінде бар, себебі республикада табиғи және рекреационды ресурстар, мәдени, тарихи, сәулет және археологиялық ескерткіштер мол.

Қазақстандағы қазіргі заманғы туризм дамуының деңгейі қолда бар туристік әлеуетті толығымен пайдалануға мүмкіндік бермей отыр. Туристік сфера дамуының төмен деңгейі туризм сферасын экономикалық реформалау жөніндегі ғылыми өңдеулердің тіптен болмауына байланысты. Қазақстанда туризм сферасында тәжірибелік ұсынуларды жасау үшін кешенді және жүйелік талдау өткізетін ғылыми-зерттеу құрылымы жоқ. Сондықтан қазіргі заманғы саыдағы туризм дамуының экономикалық механизмін зерттеудің өзекті мәні бар.

Зерттеудің теориялық негіздері экономика және туризм нарығын дамытудың проблемалары жөніндегі отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері, сондай-ақ туристік қызметтің ұйымдық-құқықтық мәселелерін реттеуші Қазақстан Республикасының нормативті-құқықтық актілері, Президент жарлықтары және Қазақстан Республикасының агенттігінің статистикалық мәліметтері, Туризм және спорт жөніндегі Қазақстан Республикасының агенттігінің нормативті-құқықтық және есептік материалдары, туристік фирмалардың есептері, әлеуметтік сұраулардың нәтижелері болып табылады.

Қазақстан Республикасындағы туристік нарықты дамытудың алғашқы кезеңдерінде негізінен шығу турлары жетілдірілді. КСРО құрамында болған кездегі шығу туризміне деген көп жылдық мұқтаждық сыртқы туристік өнімнің жоғары сұранысқа ие болуына әкелді. Кейбір елдер қазақстандық туристерді еліктіру мақсатында бірқатар шаралар қабылдады:

- бұрынғы социалистік достастық елдеріне визасыз кіру (Чехия, Болгария, Венгрия, Сербия және тағы басқалар).

- Визалық рәсімдерді жеңілдету нәтижесінде Германия, Испания, Италияға бару оңайлығы;

- кейбір елдерде қазақстандық туристер үшін экономикалық үнемді турлар (Франция, Қытай).

Үлкен сұранысқа сол кездері көп турлар, танымдық сипаттағы турлар: Туркия, Біріккен Араб Әмірліктері, Италия, Грекия мемлекеттеріне демалыс және ойын-сауықтық мақсаттағы туризм, жастар туризмі, емдеу-сауықтыру туризмі, теңіз круиздері ие болды.

Шығу туризмнің жалпы сипаты келесі себептермен түсіндіріледі:

- қазақстандық тұтынушылардың шетелдік туристік өнімге деген асқан жоғары қызығушылығы (КСРО-да шығу туризмнің болмауынан);

- шығу ережелерінің жеңілдетілуі;

- сыртқы іскерлік байланыстар аясының кеңейтілуі;

- төлем құралдары артықшылықты жеке азаматтар мен кәсіпорындар санының өсуі;

- шығу туризмінің қол жетімді бағалары;

- шетелдік туристік өнімнің жоғары бәсеке қабілеттілігі (қонақ үй сервисі мен орналастырудың барлық шарттарының аса жоғары деңгейде болуы, турлардағы ыңғайлы да қол жетімді көліктер).

Ішкі туризмнің артықшылықты бағыттары Қазақстанның оңтүстік аймақтарына шоғырланды: курортты – санаторийлі аймақтар, и мәдени-тарихи орталықтарға танымдық мақсаттағы туризм (Отырар қаласы, Түркістан қаласы, Есік қорғаны, шырын шатқалы және тағы басқа); экологиялық туризм, сафари турлар (аң аулау, балық аулау), емделу:

Бастапқы кезде кіру және шығу туризмдерінің дамуын тежеуші факторлар мыналар еді:

- ішкі саясаттың тұрақсыздығы;
- көлік инфрақұрылымының халықаралық стандарттарға сай келмеуі;
- қонақ үй және тағы басқа орналастыру құралдарындағы сервистік қызметтің әлемдік стандарттармен деңгейлеспеуі;

- мемлекеттік және жергілікті органдар тарапынан кіру және шығу туризмдерін құқықтық және экономикалық жағынан ынталандырудың жетілмегендігі;

- нақты туристік орталықтың, сонымен қатар бүтіндей мемлекеттің кері немесе оң әсерлі имиджін қалыптастыратын қызмет көрсетуді ұйымдастырудың жеткілікті маманданбауы;

- туристік ел ретінде Қазақстанның оң имиджін қалыптастыруда мемлекеттік және жергілікті біліктің арасында ортақ саясаттың болмауы.

Дегенмен, тәуелсіздіктің алғашқы қиын жылдары артта қалып, Қазақстан Республикасы дамудың нақты бағыттарын айқындап, тура жолға түсе бастағаннан бері (1990 жылдардың аяғына қарай) туризм де экономиканың басқа салалары секілді аяғына нық тұра бастады.

Қазақстан Республикасы Статистика жөніндегі агенттігінің 2021 жылғы дерегі бойынша елде 655 туристік ұйым болды, қазақстандық кәсіпорындар 80 елдің туристік фирмаларымен шарттық қатынастар орнатқан, төрт алматылық және он үш облыстық туристік фирмалар сегіз мемлекетке чартерлік әуе рейстерін жүзеге асырды.

Алматы, Шығыс Қазақстан, Қарағанды, Павлодар, Оңтүстік Қазақстан облыстарындағы, сондай-ақ, Алматы және Астана қалаларындағы туристік фирмалар желісі неғұрлым жақсы дамыған болып табылады. Осы облыстардың және қалалардың туристік ұйымдары жыл сайын туристердің және экскурманттардың 88%-ына дейін қызмет көрсетеді.

Жұмыс күші нарығы үшін де туризмнің маңызы зор. Америкалық мамандардың мәліметтері бойынша туризм индустриясы (ішкі туризмді қоса) көптеген елдердегі жұмыс орындарымен қамту жағынан ең ірі болып табылады, бүкіл әлемде туризм индустриясы 100 млн-нан астам адамды жұмыспен қамтамасыз етіп отыр.

Туризм дамуының және жалпы экономикалық дамудың тенденциялары арасында айқын байланыс бар. туристік өсу кез-келген экономикалық өзгеріске аса сезімтал болып келеді. Егер баға өзгеріссіз болса, онда жеке тұтырудың 1

%-ына жалпы алғандағы көрсеткіштердің өсуі саяхат шығындарының жалпылама тұрып қалуына әкеледі; тұтыну 2,5 %-ға өскенде туризм дамуы 4 %-ға артады; ал тұтыну 5 %-ға өссе, туризм шығындары өсуінің көрсеткіші 10 %-ды құрайды. Егер тұтыну 1 %-дан төмен болатын болса, онда туризмде құлдырау сезіледі.

Халықаралық туризм Қазақстан үшін, жалпы дамушы елдер үшін шетелдік валюта келуінің және жұмыс орындары құрылуының қайнар көздері болып табылады. Бір мезгілде ол қосымша тәуелділік тудыра отырып, елдің дәстүрлі әлеуметтік жүйесі мен табиғат ортасына өзгерістер енгізеді. Біздің елімізде қазір халықаралық туризм табыспен де, қиындықтармен де байланысты экономиканың қазіргі заманғы құралы ретінде мойындалады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Черных С. Е. Ертiс жағасынан. – Алма-Ата: Қазақстан, 1981. – 288 б.
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 1999. – 200 б.
3. Азар В. И., Туманов С. Ю. «Экономика туристского рынка». – М, 1998.
4. Журнал «Discovery Kazakhstan», 2021 г.
5. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: Учебник. М., 2020.

ОӘЖ 378

ТУРИЗМ САЛАСЫНДА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ӘДІСТЕРІН ҚОЛДАНУ

Маханова Аружан Бақытқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье представлены методы интернет-маркетинга в туризме, которые помогают приблизить каждого туриста к компании и донести о ней информацию. Также говорится о возможностях создания веб-сайта, использования социальных сетей, рекламы, получения аналитических данных и создания маркетинговых планов.

Summary. The article presents methods of Internet marketing in tourism that help bring each tourist closer to the company and convey information about it. It also talks about the possibilities of creating a website, using social networks, and advertising, obtaining analytical data and creating marketing plans.

Туризм индустриясы өте даму пайда жасаушы бір салады. Оны кейбір негізгі қасиеттері жергілікті мемлекеттері мен жергілікті салаларының байланыс қалыптастыру және адамдарды бір саладан басқаға жолдату болады. Туризм компаниялары қолданылатын арнайы жүйелерді, бағалыларды қолдану, туристтерді бизнеске жақындату және туризмді өндіру және жетілдіру кезінде өздерінің ар-жай жоспарларын жасау үшін Интернет-маркетинг әдістерін қолдану кезінде бірнеше мүмкіндіктері пайдалануды жоспарлау үшін артықтыра алады.

Туризм бизнесі сондай-ақ өмірін жасау үшін мүмкіншілігі өте жиынтық

болды. Оқытушылар, жұмыс іздеушілер және жолаушылар арасында Интернет-маркетинг әдістерінің қолдануы туризмде жасалатын бизнесді ортақ етуді үшін көмек көрсетеді. Бұл мақалада туризм бизнесті саласында Интернет-маркетинг әдістерінің қолдануы туралы мағлұмат беріледі.

Туризм бизнесі, бір тағы біреуімен жатырласпау үшін маркетинг жасайтын бір тұрасты салады. Туристерді жинау және оларды бизнестік объектілерге бекіту бойынша Интернет-маркетинг әдістері туралы білімі өзгерген. Интернет-маркетинг арқылы, қызметкерлер туралы мәліметтерді қолдану, жобаларды жүргізу және бағаландыру әдістерін қолданып, туристерді бизнеске жақындатуға болады [1].

Туризм бизнесіні жақындату үшін Интернет-маркетинг әдістерін қолдану барлық жағында көмек көрсетеді. Мысалы, веб-сайттарды жасау және қолдану арқылы, бизнес компаниясы саласындағы мәліметтерді жинау және туралы мәліметтерді білдіруді ұйымдастыруға болады. Интернет-маркетинг арқылы, туралы мәліметтердің басталуында, туристердің компанияға келуін байланыстырып, бизнес компаниясы саласында ортақты алудың тиімді мүмкіндіктері жасалады. Сонымен қоса, бизнес компаниясы туралы туристерге танымдар ұсыну және оларды жоғары бағалау мүмкіндіктерін жасайды.

Интернет-маркетинг әдістері туралы мағлұматты жасау үшін мамандардың және бизнес компаниясы мүшелерінің әсері жоқ. Бұл мағлұматтың толық есебіне көбірек білім алу үшін сараптамаларды жасау, әдістерді практикалық түрде қолдану, туралы мәліметтерді жинау, аналитикалық нәтижелерді алу және технологияларды пайдалануы қажет. Туризм саласында Интернет-маркетинг әдістерін қолдану орналасқан компанияның жасалатын бизнесін жоғары деңгейге асыратын жол болуы мүмкін.

Интернет-маркетинг, онлайн медиа желілерін қолдану арқылы бизнес объектілерінің жолаушыларға танымдау, продукттарды сату және басқару үшін арнайы маркетинг әдістерін қолдануды мақсат қояды. Туризмде Интернет-маркетинг жасау, оның белгілі әдістерін жүргізу және жоспарлау кезінде қолдану барысында, туралы мәліметтерді жинау, қолдану, жобаларды жүргізу, аналитикалық мәліметтерді түсіндіру және туризм ұстаздарының бизнесті жетілдіру жолын жақындату талап етеді.

Интернет-маркетинг жасау, оның бірнеше маңызды артықшылықтары бар. Біріншісі, Интернет арқылы мүшелерге танымдар ұсынылған жағдайда, бизнес компаниялары саласындағы қызметтердің көмегімен туралы мәліметтерді білдіруге болады. Мысалы, компаниялар жоғары бағалы туралы мәліметтердің таратуын және жүзеге асыруын орындайды [2].

Интернет-маркетинг арқылы, бизнес компаниялары туралы туристерге қажетті мағлұматты беру мүмкіндігін арттыру және оларды компанияға танытудың жолы ашылады. Туризм индустриясы ұзақ болғаннан кейін, Интернет-маркетинг жасау арқылы бизнесті жетілдіру, туристерді жинау және оларды компанияға жеткізу кезінде артықтыра алады.

Интернет-маркетинг әдістері. Туризмде Интернет-маркетинг әдістерін

қолдануды артықтыру үшін ашылған бірнеше әдістер бар. Біріншісі, бизнес компаниялары туралы мағлұматтарды жасау және оларды Интернет желілерінде жариялау керек. Бұл оның веб-сайтты жасау, сату метіндерін жазу, фотосуреттер жариялау және басқа мағлұматтардың көрсеткіштерін пайдалануды кесіп отырар.

Интернет-маркетинг әдістерінің бірі екінші қызметкерлерге мағлұматтық реклама жасау және оны жариялау әдістерін қолдану. Әдетте, Google Ads және социалды медианы қолдану арқылы компаниялар барлық түрлі туралы мағлұматты жолдау жасай алады.

Интернет-маркетинг әдістері туралы тағы бірнеше мүмкіндіктері көрсету үшін бірнеше үздік мұқияттамаларды қолдануы мүмкін. Біріншісі, туралы мағлұматты жинау және оны өңдеу. Интернет-маркетинг практикасының жасалуы және артықшылықтарын үйрену үшін веб-семинарларды, онлайн курстарды және басқа оқу құралдарын қолдану мүмкін.

Екінші мүмкіндік, сіздің туризм компаниясының маркетинг жоспарларын жасау үшін бірнеше Интернет-маркетинг құралдарын пайдалануыңыз болады. Социалды медиа желілері, рекламаларды жариялау және жариялау платформалары мен арнайы әдістер, бизнес компаниясының онлайн бетіні жасау және оны артықтыруға көмек етеді.

Үшінші мүмкіндік, сіздің Интернет-маркетинг жұмысын тақырыптық түрде жасау үшін жасырын маркетингті, копирайтерді, суретшілерді және жоспаршыларды саналы таңдауыңыз болады. Олар сіздің компаниясын жетілдіру үшін мәліметтерді жасау және маңызды арқылы Интернет-маркетинг арқылы туралы мағлұматты жолдау етуге көмек көрсетеді.

Сонымен қоса, бизнес компаниясы саласында Интернет-маркетинг әдістерін қолдану үшін мағлұматты арттыру, жасау және арнайы маркетинг жоспарларын жасау, жобаларды жүргізу және оларды басқа бизнес құрылымдарымен біріктіруді үйрену маңызды. Интернет-маркетинг мамандарымен және бизнес компаниясының мүшелерімен тандасу арқылы жасалатын әдістерді практика жасауыңыз керек, аналитикалық мәліметтерді жасау және технологияларды пайдалануға бағытталған уақытты айтады [3].

Жолаушыларға Танымдау. Интернет-маркетинг арқылы туралы мағлұмат жасау және жоғары сату жетекшіліктерін алу үшін, бизнес компанияларының жолаушыларға танымдау өзгергені жақын тұруы керек. Бұл жасау үшін сосындыларды жасау, соның ішінде веб-сайтты жақсарту және SEO әдістерін пайдалану керек.

Сіздің бизнес компаниясы туралы мағлұматтық бағдарламалар мен теңдеулер арқылы басқа компаниялардан айырмаштыру үшін Интернет-маркетингті жоюға тәжірибе жасауға болады. Бірінші кездерде Интернет-маркетинг әдістерінің басталуы жақындату үшін мамандардың және бизнес компанияларының мүшелерінің мамандануы керек. Сонда, сараптамаларды жасау, әдістерді практикалық түрде қолдану, аналитикалық нәтижелерді алу және технологияларды пайдалану маңызды.

Туризм саласында Интернет-маркетинг әдістерін қолдану, туралы

мағлұматты жасау, аналитикалық нәтижелерді алу, туралы мағлұматты жинау және туристтерге танымдар ұсыну кезінде мүмкіндіктерді орналастыруға болады. Туризмде Интернет-маркетинг әдістерінің көмегімен туристтерді бизнес компаниясына жақындату және бизнес компаниясы саласында жасалатын бизнесін жоғары деңгейге асыра аласыз [4].

Сонымен қатар, туризм саласында Интернет-маркетинг әдістерін қолдану саласында жасалатын үздік мүмкіндіктерді көрсету үшін көмек көрсетуге ие болады:

1. Веб-сайт жасау. Тіркеусіз туризм компаниясының онлайн беті жоғары сату платформасы болуы маңызды. Сіздің бизнесіңіз туралы мағлұматты веб-сайтты жасау, оны оңтайландыру және арнайы сату метіндерін жариялау арқылы туристтерді компанияға жинауға мүмкіндік береді.

2. Социалды медиа қолдану. Социалды медианы қолдану арқылы туристтерге танымдамалар ұсыну, бизнес компаниясы саласындағы жағдайларын жариялау және сату метіндерін жолдау жатады.

3. Сөздік реклама. Google Ads немесе соңғы рекламалық қызметтерді қолдану арқылы компаниясы саласындағы мағлұматты іздеу мен жолдау жасау.

4. Онлайн аналитика. Интернет-маркетингтың артықшылықтарын түсіну және жоғарылау үшін веб-сайт аналитикасын пайдалану.

5. Туралы мағлұматты жинау және арнайы туралы мағлұмат жасау. Туралы мағлұматты сіздің компаниясы саласында арнайыландыру үшін жасау және жолдау үшін мақсаттауларға жету керек.

6. Мағлұматтық көпірлеріңіздің жариялауы. Туралы мағлұматтық бағдарламалар мен туралы мағлұматтық көпірлерді жариялау арқылы туралы мағлұматтық арттыру.

7. Туралы мағлұматты арттыру үшін мамандарды таңдау. Сіздің бизнес компаниясының маркетинг жоспарларын жасау үшін копирайтерлар, маркетингтер, фотосуретшілер мен басқа мамандарды саналу.

Осылайша, Интернет-маркетинг әдістерін қолдану, сіздің туризм компаниясының онлайн көрсеткішін жақсарту мен сату арқылы жетілдіруге көмек көрсете алады [5].

Сондықтан, туризм компанияларының Интернет-маркетинг әдістерін қолдану арқылы бизнесінің көмегімен жетілдіруі мүмкін. Интернет-маркетинг бизнес компанияларына арнайы технологиялар және әдістерді тауып, туристтерге танымдар ұсыну және оларды бизнеске жақындату кезінде жетілдіру мүмкіндіктерін тигізеді. Туризм саласында Интернет-маркетинг әдістерін қолдану барлық жағында бизнесті жетілдіру және туралы мағлұматты туристтерге жеткізу үшін көмек көрсетеді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан». – Алматы, 2001 г. (посл. Изменения от 29.12.2022 № 174-VII).
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
3. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).

4. Bizfluent (2019). The Importance of Marketing in Tourism, accessed February 26, 2019, <https://bizfluent.com/about-6584954-importance-marketing-tourism.html>.

5. Дүйсен Г. М. Қазақстандағы туризм индустриясының қалыптасуы мен дамуының негіздері. «LEM» баспасы. – Алматы, 2022.

ОӘЖ 338

ГЛАМПИНГ ТУРИЗМНІҢ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ АЙМАҚТАҒЫ ДАМУЫНЫҢ ӨЗЕКТІЛІГІ

Мухамедьяров Нұрбол Ерланұлы
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье представлен краткий обзор понятия о глэмпинг-туризме, выявлены основные тенденции и направления развития регионального глэмпинг-туризма, а также указаны основные аспекты и достижения процесса развития региона для данного вида туризма.

Summary. The article provides a brief overview of the concept of glamping tourism, identifies the main trends and directions of development of regional glamping tourism, and also indicates the main aspects and achievements of the regional development process for this type of tourism.

Мақаланың негізгі сөздері: глэмпинг, глэмпинг туризм, аймақ, тұжырымдамасы, сипаттама, аймақты глэмпинг, маркетинг, көмек көрсету, аймақ дамуы.

Глампинг - бұл "гламурлы аулау" сөзінің бірінші бұрын таратылғанмен танымал қазіргі туристік қорытындылық стилі болып табылады. Бұл туралы түсінік беру үшін, біз оның тұжырымдамасы мен аймақтағы дамуының өзектілігін талдауымыз керек [1].

Тұжырымдама: Глампинг туризмі, туристерге үнемі жаңбырлы төсектер мен табанды жайлар жасау мүмкіндігін береді. Бұл жерлерде кемшілік жоқ, көпшілікпен айналасатын өнеркәсіптер мен қолданбалар жасау же мебельді қосу арқылы қонақтарды қамқорлайды. Глампинг аулауларының тұжырымдамасында бейнеге теңдіктер, таза су жүздері, емес жеңіл жатпақты түрлер, сыртқы жатпақтар мен масалар, көтеру үшін аулау терезелері жатады. Әрбір глампинг тұжырымасының дизайны өзекті жасалады, оларды әділеттеп отыру және природаға жақын болуы керек.

Аймақтағы даму: Глампинг туризмінің аймақтағы дамуы жаңбырлы жатпақтарды жасау және туристік жерлерде орналастыру арқылы жасалады. Мысалы, туристтер жасау үшін таңғы табанды жайлармен табысады. Аймақтағы даму арқылы, туристтер природаға жақын жерде жатқызып, араларында кемшіліксіз арнайы атмосфера мен комфортты қамылады. Аймақтағы глампинг аулаулары сияқты табанды жайларды жасау және туристтерге қол жетімділік көрсету керек. Оларда таза су жүздері, электр табандықтар, көтеруші жатпақтар мен бірнеше маймылдар ұжымдары болуы мүмкін.

Глампинг туризмінің тұжырымдамасы және аймақтағы дамуының

өзектілігі айтарлықта, туристтерге природа мен комфортты біріктіру жолын табуына мүмкіндік береді. Ол үшін қонақтар жұмыс істеу мен керегінше жатпақтармен жату арқылы әлемге орналастырылатын орналарды ішкі турарларға таныстырады.

Жалғастыру керек болса, "Глампинг" сөзі "гламурлы аулау" сөзінің бірінші жаттығуынан туылған. Ол қазіргі туризмнің бір құрылымы және туристтерге природаға жақын болу жолын табу үшін пайда болған. Глампинг туризмі, адамдарға кемшілік жоқ арнайы жерде жату мүмкіндігін жасау арқылы өздік туристік тәжірибе ұсынады. Электр табандықтар, жатпақтар, бірнеше маймылдар жазушыларға туристтерге жеткізіледі. Глампинг аулауларының тұжырымасы өзекті дизайнымен танымал қойылады, олар арқылы атмосфера жараларлық жаттық және мол жанында араласатын мекендіктерді жасау мүмкін [2].

Глампинг туризм туралы айткенде, глампинг туризмінің өзіне және туризмнің осы түрін дамыту туралы шешім қабылданған өңірлердің дамуына тоқталу қажет.

Сонымен, глампинг туризмі, "гламурлы аулау" (glamorous camping) сөзінің кішіпейірсіоннан алатын арқайым сөздік ауыс. Бұл сөз, өзеніне жеңіл, рақат пен технологиялық жеткіліктермен айналасатын, кемшіліксіз арнайы табиғи жерлердегі жатпақты туризмнің арнайы жолын сипаттайды. Глампинг туристтерге саясатты кемшіліксіз арнайы жатпақ жайларында, жұмыс істеу, атмосфера, жақын болу мен комфортты жаңбырлы төсектер мен қолданбаларды түсіндіреді.

Глампинг туризмінің толық сипаттамасы:

1) Табиғи жерлер. Глампинг аулаулары, үнемі табиғи красота мен жерлерде жату мүмкіндігін көрсетеді. Олар кемшіліксіз еліміздің кең табиғи таразында орналастырылады.

2) Комфорт. Глампинг орналарында таза су, электр желіліктері, жатпақтар, масалар, көтеруші жатпақтар, арнайы табанды жайлар мен бірнеше маймылдар болуы мүмкін. Туристтердің тиімділігі үшін жатпақтар жасалады.

3) Арнайы дизайн. Глампинг аулауларын дизайны олардың табиғи шығармаларына бейімді жанарландыруларымен жаралатылады. Олар туристтердің тыныштық міндеттерін қамтамасыз етеді.

4) Тәжірибе. Глампинг туризмі туристтерге үнемі өздік тәжірибе ұсынады. Олар природаға жақын болу, байқау жасау, аймақтан аймаққа жергілікті жату жолымен жатпақты бейнеге айырылады.

5) Біріктірілгені жатпақ. Глампинг, көпшілікпен айналасатын жаңбырлы мекендерде, жатпақты жою мүмкіндігін ұсынады, ол жерде комфортты аулау жасау мүмкін.

Глампинг туризмінің *басты мақсаты* туристтерге природа және комфорттық міндеттерді біріктіру жолын табу. Бұл әлемге природалық жатпақ жайларында тағайындалған жағдайда жату үшін арнайы төсектер мен қолданбаларды қамқорлайды [3].

Таңдау жасау, көңілді тыңдау жасау, кемшіліксіз арнайы природа мен

комфортты міндеттерді біріктіру, арттырғыш мәдениеттерге байланысты жатпақты жерлердегі туризмді орналастыру жөнінде глампинг туризмінің негізгі мақсаттарыны белгілейді. Глампинг туризмі, табиғи жерлерде болашақтық, тарихи мектептер мен арттырғыш байланысты мәдениеттерге қызмет етуге және природа мен комфортты туралы көршіндіруге ынталандыру болып табылады. Осылайша, глампинг туризмі бірінші бірігімізге үнемі жерлерде природа мен комфортты міндеттерді біріктіру жолын табу үшін заманауи жаратылған түрлі төсектер мен меңгерулерді пайдалану мүмкіндігін анықтайды.

Аймақты глампинг туризмінің дамуын жасау үшін кейбір егжей-тегжейлі мерекелерді еске алуға болады. Аймақты глампинг туризмінің дамуын сипаттау үшін аспапты тәсілдерге ие болуы керек:

1. Жер таңдау. Аймақты глампинг туризміні жасау үшін жер таңдау арқылы әлемге арнайы жатпақ жайларын таңдау керек. Жер таңдау арнайы жерді таңдау үшін орналастыру аяқталған жерлерден толық көмек көрсетуі керек.

2. Инфраструктура жасау. Глампинг туризмі үшін кемшіліксіз арнайы жатпақ жайлары, табанды жайлар, таза су жүздері, электр желіліктері, өзге мүмкіндіктерді ұсынату міндетті. Инфраструктуралық жасау жергілікті жатпақты арнайы тараптар мен қолданбалармен жатпақты жасау үшін жеткізілуі керек.

3. Дизайн жасау. Глампинг аулауларының дизайны олардың табиғи мүмкіндіктері мен тұжырымасын молдайды. Кемшіліксіз арнайы жатпақ жайларында өздік дизайн, өнеркәсіптік ұстар жасау міндетті.

4. Маркетинг жасау. Аймақты глампинг туризміні дамыту мақсатында маркетинг жүйелері мен туризм компанияларымен ынтымақтастыққа кіру үшін жобалау міндетті. Туристерге ұсынылатын көп жақындықтар, акциялар жасау қажет.

5. Туристерге қызмет көрсету. Аймақты глампинг туризмінің сапасын арттыру мақсатында, туристерге жақын жату, арнайы көмектер ұсыну мен туралық қызмет көрсету керек. Глампинг аулауларының мүмкіндіктері мен жатпақтық жараларлықты жасау үшін жатпақтарды арнайы арнайылау керек.

6. Көмек алу. Аймақты глампинг туризміні жасау үшін көмек алу мақсатында субсидияларды, инвестицияларды және бизнес ұсыныстарын ішкі тіркейге тырысу керек. Көмек алу бизнесді дамытуға ынтымақтасады [4].

Аймақты глампинг туризміні жасау мақсатында үшінген барлық жұмыстарды жасау үшін дерекқорған қамтамасыз етудің мақсатында барлық көмектерді жинау мақсатында орналастырылуы керек.

Осы көрсеткен тәсілдерді жасау барлық қалалар мен көшелердің басқа қалай тұруы мүмкін. Бірақ бұларды көбінесе меңгерудің бірнеше жалпы тәсілі бар.

1. Аймақты қызметтер мен таңдау. Осы тәсілде, аймақты арттырылған туризм тұрғымалары жасау жөніндегі бірнеше қызметтер жасау керек. Осыда қонақтарды көмектесу, табыс таптыру, аударман беру, аяқтарды қолдану және

табиғи жайларды тікелей таныту үшін көмектесу керек.

2. Менеджмент жасау. Глампинг аулауларын мекенді таптыру мен басқару үшін менеджерлерді, жатпақтық қызмет көрсетушілерді және техникалық көмек көрсетушілерді аудару міндетті. Менеджерлер аулауның жатпақтық жараларлығы мен басқаруын ұйымдастыру мен туристтерді қамқорлау міндетімен мамандайтын болуы керек.

3. Туралық маркетинг. Аймақты глампинг туризмінің айтылады мақсатты таңдау жасау мен туризм компанияларымен шешімшарты болуы керек. Туристтерге алдын-ала тарату, рекламалау, акциялар жасау мен қайталама жаза көрсету керек.

4. Таратушылар мен жасаушылар табу. Глампинг аулауларын дамыту үшін көмеккесіптерді таптыру керек. Табыс жасау үшін аулауда тікелей таратушылар мен жасаушылардың болуы міндетті.

5. Қолданбалар мен мамандар. Глампинг аулауларын жасау мен жақару үшін таза су жүздері, электр табандықтар, жатпақтар, көтеруші жатпақтар және арнайы маймылдар жасау міндетті. Оларды қолдану үшін мамандарды таңдау жөнінде мекендік көмек көрсетушілері мен қолданбаларды жасаушыларды істейді.

6. Бақылау және қамқорлау. Глампинг аулауларын жазу жөнінде жатпақты қамқорлау керек. Бұл арнайы тағайындалатын жатпақтық жараларлық мамандары арқылы орындауға болады.

7. Маркетинг жасау. Туристтерге алдын-ала тарату, рекламалау жасау жөніндегі маркетинг үшін мамандарды жанарластыру керек [5].

Барлық осы өтініштер аймақты глампинг туризмінің дамыту үшін мақсатты жасау мен орындау арқылы тікелей жүргізілуі керек.

Қорытындылай келеберсек, глампинг туризмінің қалыптасуы мен дамуы үшін аймақ дамуының толық бейнесін көру қажет. Глампинг туризмі, туристтерге кемшіліксіз арнайы природа жайларында жату мен байқау туралы тәжірибе ұсыну мақсатында жасалады.

Глампинг туризмі, табиғи красота және комфортты міндеттерді біріктіруге болатын бір мақсатты арнайылармен төмендетілген жатпақтық жайларды қамқорлайды. Осы аймақты тұжырымдағы өзекті дизайны және байқау мүмкіндіктері жатпақтық туралы тәжірибе мақсатында жасалады. Осы бірлік, туристтерге табиғи красота мен комфорттық жатпақ жайларында тәжірибе ұсынады.

Болашақта аймақты глампинг туризмі өнімдерінің жасалуы мен қалыптауы туризм мекендерінің жаңа өнімдерді жасау жолында жаңарту мақсатында аймақты ірі тараптарда қолдануды басқаруды ұсынады. Қолданбаларды, жатпақтық жараларлықты жасаушыларды және мамандарды ішкі жақты табу, жатпақтық туралық қызметтерді жасау мен қамқорлау мақсатында ережеленген керек.

Аймақты глампинг туризмінің жасалуын жасау жолында, туризм компаниялары мен мамандардың ішкі тіркеуді қамтамасыз ету мақсатында мерекелерге талап етіледі. Аймақты глампинг туризмі арнайы жатпақ

жайларында табиғи красота мен комфорттық міндеттерді біріктіруді жасау, жетістіктер мен мамандарлық қабілеттерді арттыру жолымен үлкен потенциалды береді.

Барлық тақырыпты міндеттерді жасау, байқау туралы мәліметтерді білгенге туризм жағдайларын жаңарту мен аймақты глампинг туризмінің дамуын жасауға көмек көрсетеді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан». – Алматы, 2001 г. (посл. Изменения от 29.12.2022 № 174-VII).
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
3. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).
4. ГЛАМПИНГ РЕСЕЙДЕГІ РЕКРЕЦИЯНЫҢ ЖАҢА КОНЦЕПЦИЯСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ РЕТІНДЕ. 2021 / Драчева Елена Леоновна, Николаева Анастасия Владимировна.
5. ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ОБЪЕКТИ РЕТІНДЕ ГЛАМПИНГ ПАРКТАРЫН ЖОБАЛАУ ТӘЖІРИБЕСІН ТАЛДАУ. 2022 / Гамалей Александр Александрович, Назарова Вероника Павловна.

ОӘЖ 338

ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫН БАСҚАРУ БИЗНЕСТІ ДАМУДЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕ

Омаров А. М., Калибай Д.С., Колаева Х.А.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье освещаются теоретические аспекты индустрии туризма, рассмотрены её составляющие и основные их характеристики

Summary. The article highlights the theoretical aspects of the tourism industry, examines its components and their main characteristics.

Қазіргі уақытта туризм халықаралық қызмет саудасының ең қарқынды дамып келе жатқан түрлерінің бірі болып табылады. ДСҰ-ның әлеуметтанулық зерттеулерінің мәліметтері бойынша, қазіргі уақытта индустриалды дамыған елдер халқының жеке тұтыну құрылымында туристік сапар негізгі орындардың бірін алады және жекелеген тауарларды сатып алудан гөрі артықшылық беріледі.

90-жылдардың басында туризмнің үлесі әлемдік тауарлар мен қызметтер саудасының 10% - дан астамын құрады, бұл оған мұнай мен автомобиль экспорты бойынша үшінші орынға ие болды.

БҰҰ Бас Ассамблеясы, БҰҰ және ДСҰ экономикалық және әлеуметтік кеңесі берген бірауыздан бағалау бойынша " туризм біздің ғасырдың соңына қарай әлемдік экономиканың жетекші саласына айналады. Көптеген мемлекеттердің, атап айтқанда дамушы мемлекеттердің экономикалық және

әлеуметтік жағдайын жақсарту ісіндегі аса маңызды құрал бола отырып, ол мемлекеттер экономикаларының дамуының маңызды факторына айналды".

Туризмді басқару сараланған тәсілді қажет етеді, сондықтан әлемдік тәжірибеде туристік қызмет көрсетуді ұйымдастырудың кешенді тәсілін қамтамасыз ететін Туризм индустриясы менеджментінің 4 деңгейін қарастыру әдеттегідей :

1. мемлекеттік,
2. салалық,
3. өндірістік,
4. жедел.

Басқару стратегиясына әсер ететін факторларды ескеру қажет. Бұл факторлар сыртқы (әлеуметтік, саяси жағдайлар және т.б.) және ішкі (Туризмдегі мемлекеттік саясат, туристік тарту және қызмет көрсету мүмкіндіктері) болуы мүмкін.

Туризмдегі менеджменттің мемлекеттік деңгейі саланы дамытуды мемлекеттік реттеу саясатын қамтиды. Туризмді жалпымемлекеттік реттеу еліміздің барлық өңірлері үшін бірдей болмауы тиіс. Табиғи – климаттық, танымдық, спорттық ресурстары, материалдық базасы мен инфрақұрылымы азды-көпті жоғары өңірдің туристік жағынан азды-көпті тартымды аймақтары бар екені белгілі. Елдің өңірлері мен облыстары бойынша туризмді дамытуды ынталандыруға саралап қарау қажет.

Туризм табиғаты бойынша Халықаралық, бір жағынан "көлденең", екінші жағынан, елдер мен қауымдастықтардың барлық әрекеттері мен жалпы саясатына сезімтал жауап береді. Туризмге экономиканың екі саласы мен саласы, атап айтқанда салық жүйесі, көлік, аумақты абаттандыру, тұтынушылардың құқықтарын қорғау, шағын және орта кәсіпорындарға жәрдемдесу саясаты, бәсекелестік әсер етеді.

Туризмді дамытуды жоспарлау халықаралық, ұлттық және жергілікті деңгейде жүргізіледі.

Әр елдегі халықаралық және ішкі туризм туристік даму жоспарларын әлеуметтік – экономикалық даму жоспарларымен байланыстыратын әлеуметтік саясатқа негізделген. Елдің әлеуметтік-экономикалық даму деңгейіне байланысты туризмді дамытуды жоспарлаудың әртүрлі әдістері қолданылады. Дегенмен олардың барлығы ортақ сипаттамаларға ие және негізінен үш кезеңнен тұрады:

1. ресурстар туралы ақпаратты жинау және талдау,
2. аналитикалық құралдарды қолдану,
3. шешімдерді талдау және басымдықты таңдау.

Даму жоспарын құру үшін туризм арқылы қол жеткізуге болатын мақсаттар туралы нақты түсінік болуы керек. Айта кету керек, Туристік саясат экономикалық және экономикалық емес мақсаттарды көздейді, оған қол жеткізу ұлттық экономикаға оң және теріс әсер етеді.

Қазіргі кезеңде әлемдік тәжірибеде туристік өндірістің экономикалық тиімділігінің негізгі көрсеткіштері ретінде белгілі бір елдің ұлттық экономикасы үшін келесі айнымалылар қолданылады :

5. туризмнің ұлттық табыс құруға қосқан үлесі,
6. ел экспортындағы туризмнен түсетін кірістердің үлесі,
7. елдің импортындағы туризмге арналған шығыстардың үлесі,
8. туризм индустриясының аймақтық дамуға әсері.

Туризмнің негізгі ұлттық экономикалық функциялары :

5. кіріс,
6. сыртқы экономикалық,
7. жұмыс орындарын құру,
8. тегістеу.

Туристерді қабылдайтын елге халықаралық туризмнің экономикалық әсері анық-туристер қонақүйлерде, мейрамханаларда, көлікте және т.б. ақша жұмсайды және осылайша болу елінің экономикасына енеді.

Тікелей әсер-бұл туристерді тауарлар мен қызметтермен толық қамтамасыз ету үшін қажетті импорт көлемін шегергендегі туристер шығындарының көлемі. Туристердің шығындары тікелей түсетін кәсіпорындар экономиканың басқа секторларының тауарлары мен қызметтерін сатып алуды қажет етеді. Мысалы, қонақ үйлер коммуналдық құрылысшылардың, банктердің, сақтандыру компанияларының, тамақ өнімдерін өндірушілердің және т .б. қызметтерін пайдаланады. осылайша, шығындардың осы дәйекті кезеңдерінен алынған экономикалық белсенділік жанама әсер етеді. Алайда, бұл тікелей әсер ету кезінде туристердің барлық шығындарын қамтымайды, өйткені ақшаның бір бөлігі импорт пен салық салу арқылы айналымнан шығады.

Тікелей және жанама жұмсау кезінде жергілікті тұрғындар жалақы, жалдау және т.б. түрінде табыс жинайды. бұл қосымша кірісті жергілікті тұрғындар отандық тауарлар мен қызметтерді сатып алуға жұмсай алады, осылайша экономикалық белсенділіктің жаңа кезеңін жасайды.

Алайда Туризм экономикаға теріс әсер етуі мүмкін. Туристік өнімдер мен қызметтерді өндіру экономиканың басқа салаларынан ресурстарды аударуды талап етеді, мұнда оларға қажеттілік те бар. Мысалы, Еңбек ресурстарын туристік салаға ауылдық жерлерден көшіру кезінде ауыл шаруашылығымен айналысатындардың азаюына әкеліп соғады және ауруханаларда, мектептерде және т.б. қосымша орындарға байланысты қалалық жерлерде шиеленіс туындайды. сондықтан басқа елдерде пайдаланудың орнына туризм үшін сирек ресурстарды пайдалану бағасын ескеру және анықтау қажет.

Туризмді көбінесе "көрінбейтін экспорт"деп атайды. Халықаралық туризмдегі экспорт дегеніміз-шетелдік туристерді қабылдау, ал импорт-бұл елдің туристерін шетелге жіберу. Сонымен қатар, туризм арқылы экспорттаудың бірқатар артықшылықтары бар. Олардың бірі-туристік қызметтер немесе экспортқа шығарылатын тауарлар елден шығарылмайды, тұтынушының өзі оны қызықтыратын тауардан бөлетін қашықтықты еңсереді;

екіншісі-басқа жағдайларда ешқашан шетел валютасына сатылмайтын тауарлардың экспорттық нарығының кеңеюі. Бұған шетелдік туристерге сатылатын тауарларға елдің валюталық резервін толықтыратын валютада салық салынатындығын қосу керек. Халықаралық туризм экономиканың басқа салаларындағы тауарлар мен қызметтердің халықаралық сауда ағындарының белсенді генераторы болып табылады. Қабылдаушы елдегі шетелдіктерге сатылатын туристік тауарлар мен қызметтердің құны мен осы елдің шетелдегі азаматтарына сатылатын тауарлар мен қызметтердің құны арасындағы қатынас осы елдің туристік балансы деп аталады. Халықаралық туризмнің елдің төлем балансына қосқан үлесі елдегі шетелдік туристердің шығындары мен сол елдің резиденттерінің Шетелдегі шығындары арасындағы айырмашылық түрінде көрінеді.

Туризм саласында басқарудың бірыңғай идеалды моделі жоқ деп санайды, өйткені әр фирма ерекше. Ол өзінің моделін іздеуі керек. Басқару моделін таңдауды анықтайтын факторларға фирманың мөлшері, өнімнің сипаты, ол жұмыс істейтін ортаның сипаты жатады. Соңғы фактор тұрғысынан келесі Басқару модельдері бөлінеді :

1. тыныш ортада компанияшілік басқаруды ұтымды басқару,
2. динамикалық және әртүрлі нарықтағы басқару,
3. динамикалық ғылыми-техникалық прогресс жағдайында басқару,
4. сыртқы ортаның әсерінен күтпеген жерден пайда болатын өздігінен

бейімделу.

Фирмалар өздерінің басқару моделін үнемі іздеу процесінде, өйткені компанияның өзі және оның ортасы өзгереді.

Туристік қызметтерді өндіруші мен нарықтағы тұтынушының бөлінуіне байланысты мұндай ұйымдар мен кәсіпорындар үнемі қозғаушы күш болып табылады :

- қонақ үйлер, мейрамханалар, көлік-қызмет көрсетушілер;
- брондау және резервтеу жүйелері, ғаламдық компьютерлік желілер (МКС: қонақүйлерді басқару жөніндегі компьютерлік желілер, брондаудың компьютерлік желілері, авиакомпаниялардың қонақүй нөмірлері мен орындарын резервтеудің компьютерлік желілері; ұлттық және корпоративтік компьютерлік желілер);
- туроператорлар;
- турагенттер;
- тұтынушылар (туристер).

Осыған байланысты туристік нарықта менеджменттің бірнеше секторы бар :

1. Өндірістік менеджмент (туристік қызметтерді өндірушілер - қонақ үйлер, мейрамханалар, көлік, экскурсиялық бюролар);
2. корпоративтік менеджмент (өндірушілер одақтары, корпорациялар, қауымдастықтар);
3. туроперативтік менеджменті (туроператорлар);
4. іске асыру менеджменті (агенттік желі);

5. социологиялық менеджмент (тұтынушылар нарығы).

Туристік нарықтағы менеджменттің әр секторының өзіндік ерекшеліктері бар және қарқынды және прогрессивті басқару технологиясын қажет етеді.

Туристік ұйымды басқарудың заманауи жүйесі Қарапайым және икемді болуы керек. Оның негізгі критерийлері, бір жағынан, әсер ету тиімділігін және екінші жағынан, бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету болып табылады, бұл біріншісіне көбірек байланысты. Бұл жүйе келесі негізгі сипаттамаларға ие болуы керек: аз, бірақ білікті адамдардан тұратын шағын бөлімшелер; басқару деңгейлерінің аз саны; мамандар тобына негізделген құрылым; өнімнің сипаты мен сапасы, тұтынушыға бағытталған жұмыс кестелері мен процедуралары.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. «Менеджмент туризма» учебник. Науч. Редактор В.А. Квартальнов. М.: М.: Российская международная академия туризма – 1998 г.
2. «Организация туристской деятельности» учебное пособие В.Г. Гуляев. М.: НОЛИДЖ – 1998 г.
3. «Маркетинг в туризме» учебное пособие. М.: Российская международная академия туризма – 1998 г.
4. «Экономика туризма» учебное пособие под редакцией З.М. Булова. М.: Российская международная академия туризма – 1998 г.

ОӘЖ 338

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІҢ ҚАЗІРГІ ЖАЙ-КҮЙІН, ЖЕТІЛДІРУ ЖӘНЕ ДАМУЫ ЖОЛДАРЫН ТАЛДАУ

Оразбекова Арайлым Талғатқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье рассматривается смысл и значение современного туризма в мировой экономике. Проанализировано современное состояние туризма, проведен SWOT-анализ по рассматриваемой сфере в Республике Казахстан. В конце статьи были рассмотрены перспективы развития туризма в республике.

Summary. The article examines the meaning and importance of modern tourism in the world economy. The current state of tourism was analyzed. A swot analysis was made for the field in question in the Republic of Kazakhstan. At the end of the article, prospects for the development of tourism in the Republic were considered.

Мақалада қазіргі заманғы туризмнің мәні, маңызы қарастырылған әлемдік экономика. Туризмнің қазіргі жағдайына талдау жасалды Қазақстан Республикасында қарастырылып отырған салаға свот-талдау жасалды. Мақаланың соңында туризмді дамыту перспективалары қарастырылды Республика.

Қазіргі әлемдегі Туризм дамуға тікелей және жанама әсер ететін әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде қарастырылады онымен барлық

инфрақұрылым байланысты. Қазіргі туризм негізделеді көлікті, әлеуметтік саланы және қызмет көрсету саласын дамытудың жоғары деңгейі сайып келгенде, оны экономиканың жоғары табысты саласына айналдырады. Дүниежүзілік туристік ұйымның (ДСҰ) мәліметтері бойынша, бүгінде туризм жоғары кірісті және әлемдік экономикада серпінді салалардың бірі болып табылады. Табыстылығы жағынан ол мұнай өндіру мен өңдеуден кейінгі екінші орында. Туризм әлемдік жалпы ұлттық өнімнің шамамен 6% -, әлемдік инвестициялардың 7% -, әрбір 16-шы жұмыс орнын, әлемдік тұтыну шығындарының 11% - и және барлық салық түсімдерінің 5% -. құрайды. Осыған байланысты көптеген елдерде туризм саласы белсенді дамып келеді мемлекеттік қолдаумен.

Нарықтық қатынастар жағдайында туризм экономиканың ең серпінді салаларының бірі болып табылады. Оның дамуының жоғары қарқыны, валюталық түсімдердің үлкен көлемі экономиканың әртүрлі секторларына белсенді әсер етеді, бұл өзінің туристік индустриясын қалыптастыруға ықпал етеді.

Туристік индустрияның маңызды артықшылығы - салыстырмалы түрде аз инвестициялармен ол тез қорғаныс қабілеттілігін қамтамасыз ете отырып, бірден кіріс алуға мүмкіндік береді. Туризм индустриясы көп қырлы және клиенттерді тарту үшін құрылған көптеген қызметтерді қамтиды: қонақ үйлер, туристік фирмалар, клубтар, фитнес-орталықтар, спорт алаңдары және т. б. Туризм Туристік сала мамандарынан бастап көлік қызметкерлеріне, орналастыру құралдарына және көптеген ойын-сауық мекемелеріне дейін көптеген адамдарды жұмыспен қамтамасыз ете отырып, әлемдегі ең ірі туризмнің бірі болып табылады. Туризмнің маңызды әсері және әлеуметтік қызметі. Бұл функция әсіресе туризм бюджет кірістерінің негізгі бөлігі болып табылатын дамушы немесе шағын мемлекеттерде көрінеді.

Қазақстан Республикасында туризм қазіргі кезеңде қарқынды өсу сатысында тұр. Туризмнің барлық түрлері белсенді дамып келеді. Сондай-ақ, сандық және сапалық өсу орын алатын қонақ үй индустриясындағы оң динамиканы атап өткен жөн. Жыл сайын туристік фирмалар саны және туризммен айналысатындар саны артып келеді. Қазақстандағы туризмге SWOT-талдау жүргізейік. Соңғы жылдары теміржол көлігі билет бағасының жоғарылауына байланысты республика халқының негізгі бөлігінде танымал көлік құралына айналууда. Қазақстанның туристік әлеуеті бай және алуан түрлі және мәдени-тарихи нысандарға барумен байланысты танымдық, шытырман оқиғалы және туризмнің, экотуризмнің басқа да белсенді түрлеріне дейінгі туризмнің барлық түрлерін дамыту үшін бірегей мүмкіндіктерге ие. Елде 100 - ге жуық су ауруханасы, 9000-нан астам археологиялық және тарихи ескерткіштер бар. Туристер арасында аң аулау және балық аулау, соның ішінде Ұлттық аң аулау түрлері танымал. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында туризм басым бағыт болып жарияланды, осыған байланысты мемлекет әлемдік туристік нарық құрылымына одан әрі интеграциялануын қамтамасыз ету және халықаралық ынтымақтастықты тереңдету мақсатында жоғары тиімді және

бәсекеге қабілетті туристік саланы қалыптастыру үшін жағдай жасауды жоспарлап отыр. Қазақстанның бірегей табиғи әлеуеті бар екенін ескере отырып, елімізде туризмнің әртүрлі түрлерін: мәдени-танымдық, экологиялық, экстремалды, іскерлік, сауықтыру және басқаларын дамыту үшін барлық мүмкіндіктер бар. Туризм саласындағы халықаралық сарапшылар атап өткендей, Қазақстандағы туристік саланың соңғы жылдардағы даму жағдайы оның үдемелі және тұрақты дамуымен сипатталады.

Тек мәдени құндылықтар үстемдік ететін Өзбекстанмен салыстырғанда Қазақстанның бәсекелестік артықшылығы Жібек жолының қазақстандық бөлігі бірегей табиғи ландшафттармен, эндемикалық флора мен фаунамен, тарихи-мәдени мұра ескерткіштерімен, көшпенділер мұрасымен және ежелгі қалалар халықтарының мәдениетімен ұштастыра отырып, аралас турлармен ұсынылған.

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитетінің деректеріне сәйкес 2013 жылғы қаңтар-желтоқсан қорытындылары бойынша туристік ағындардың ұлғаю үрдісі байқалады. Келу туризміне келушілер саны өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 11,1% - ға артып, 6 841,1 мың адамды құрады. адам. Көшпелі және ішкі туризм бойынша келушілер саны да өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда тиісінше 11,2% және 10,7% - ға артып, 10 143,7 мың адамды құрады. халқы 3 524,1 мың адам. адам. Келушілерді орналастырумен айналысатын объектілер саны 1 678 бірлікті құрады, онда 41 197 нөмір бар, бұл ретте біржолғы сыйымдылығы 92 053 төсек-орынды құрайды. Олар 3 307,8 мың адамды қамтыды және 59 714,2 миллион рубльге қызмет көрсетті. теңге.

Салыстырмалы бағамен орналастыру бойынша қызметтер көлемі (мейрамхана қызметтерін есепке алмағанда) есепті кезеңде өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 11,6% - ға өсті. 2014 жылғы қаңтар-желтоқсан қорытындылары бойынша көшпелі және ішкі туризмге келушілер санының өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 3,0% және 14,9% - ға артуы байқалады және 10450,0 мың адамды құрады. халқы-4142,1 мың адам. сәйкесінше адам. 2014 жылдың қаңтар-желтоқсан айларында орналастыру орындарына 3129,6 мың ішкі және 679,0 мың көшпелі келушілер келді. Келушілерді орналастыратын орындар саны 2056 бірлікті құрады, онда 49128 нөмір бар, бұл ретте біржолғы сыйымдылығы 109094 төсек-орынды құрайды. Олар 3808,6 мың адамды қамтыды және 72618,7 миллион рубльге қызмет көрсетті. теңге. Салыстырмалы бағамен орналастыру бойынша Қызметтердің көлемі (мейрамханалардың қызметтерін есепке алмағанда) өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда есепті кезеңде 21,6% - ға өсті. Курорттық аймақтарда орналастыру орындарының саны 567 бірлікті құрады, нөмірлер саны 11102 бірлік және көрсетілген қызметтер көлемі-6553,3 млн. теңге [5]. 2015 жылдың қаңтар-желтоқсан айларында курорттық аймақтарға 521 мың ішкі және 9 мың көшпелі келушілер келді. 2015 жылғы қаңтар-желтоқсан қорытындылары бойынша көшпелі, келуші туризмге келушілер санының өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 8,2% - ға, 1,5% - ға артуы байқалады және 11302,5 мың адамды құрады. адам, тиісінше 6430,2 мың, ішкі туризм

бойынша төмендеу 0,2 % (4113,6 мың) құрады. адам). Келушілерді орналастыратын орындар саны 2338 бірлікті құрады, онда 53126 нөмір бар, бұл ретте біржолғы сыйымдылығы 118 355 төсек-орынды құрайды. Олар 3807,7 мың адамды қамтыды және 73108,6 миллион рубльге қызмет көрсетті. теңге. Орналастыру бойынша қызметтер көлемі (мейрамханалардың қызметтерін есепке алмағанда) есепті кезеңде өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 0,7% - ға ұлғайды. Курорттық аймақтарда орналастыру орындарының саны 644 бірлікті құрады, нөмірлер саны 12400 бірлік және көрсетілген қызметтер көлемі 7722,5 млн адамға қамтылған.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Зимовец а. в. халықаралық көлік операциялары. - Таганрог: Тiуіеe Баспасы, 2008 Ж.
2. "Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама" ҚР Үкіметінің ресми сайты [Электрондық ресурс]. - Қол жеткізу режимі: <http://ru.government.kz>.
3. Бондаренко т. н. Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың негізгі бағыттары // "кранахпаш Іvрорі-дегі Іustria қонақжайлылығы" ІІІ Халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының материалдары. 4-6 кеуде 2009 ж. - Симферополь: Витропринт, 2009. – 28-31 ББ.
4. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің ресми сайты. Қазақстан Республикасында орналастыру орындарының 2013 жылғы қаңтар-желтоқсандағы қызметі туралы [Электрондық ресурс].
5. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің ресми сайты. Қазақстан Республикасында орналастыру орындарының 2014 жылғы қаңтар-желтоқсандағы қызметі туралы [Электрондық ресурс].
6. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің ресми сайты. Қазақстан Республикасында орналастыру орындарының 2015 жылғы қаңтар-желтоқсандағы қызметі туралы [Электрондық ресурс].
7. Фролова Т. А.әлеуметтік-мәдени қызмет және туризм саласындағы Экономика және басқару. - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. 8. А. Здоров.Б. Туризм экономикасы: Оқу. - Қаржы және статистика, 2004. 9. А. Александрова.Ю. Халықаралық туризм. Оқулық. - М.: Баспасөз Аспектiсі, 2004.

ОӘЖ 338

ҚОНАҚ ҮЙ ЖӘНЕ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДА СМАРТ-ҚОНАҚ ҮЙЛЕРДІ ЗАМАНАУИ ПАЙДАЛАНУ

Пернебай Дана Досымқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье представлен краткий обзор понятия о смарт-отелях, их использовании в современной жизни общества, ключевых понятиях создания смарт-отелей. Также приводятся примеры упрощения транзакций и регистраций с помощью мобильных приложений, используемых в смарт-отелях. Упомянется также о том, что смарт-отели могут использовать умные технологии для повышения комфорта проживания и общения.

Summary. The article provides a brief overview of the concept of smart hotels, their use in modern social life, and the key concepts of creating smart hotels. Examples of simplified

transactions and registrations through mobile applications used in smart hotels are also provided. It is also mentioned that smart hotels can use smart technologies to improve the comfort of stay and communication.

Заманауи қонақ үй және туризм индустриясында смарт-қонақүйлерді пайдалану туралы айтқанда, ең алдымен смарт қонақ үй анықтамасының өзіне тоқталу қажет.

Смарт қонақ үй - бұл әзірлеу және басқару жүйелерін, технологияларды, сенсорларды, жасау және қолдану талаптарын біріктіруге арналған жасау және технологияларды қолдану жүйесі. Осы тұжырыманың мақсаты сізге бір смарт жасау мекемесін жасау және орнату үшін қажетті жасау және технологияларды көрсету болады. Смарт қонақ үйді жасау үшін көптеген технологиялар, малземелер мен мақсатты жасау планы қажет болады.

Смарт қонақ үйді өңдеу жоспары бойынша жасауға болады, ол тексерілуі керек және сіздің техникалық біліміңізді, ресурстарыңызды, бюджетіңізді және смарт қонақ үйінің мақсаттылығын ұнатуға болады. Қажетті компьютерлер, сенсорлар, тележүйе желілер, смарт камералар, музыка жүйесі, телевизорлар және басқа технологияларды орнату мүмкін болады [1].

Смарт қонақ үйді жасауға алғашқы үміткерлік болады, бірақ ол адамдардың әсерімен жасалуы мүмкін. Техникалық талаптарды толықтай бақылау мен қолдану туралы білімді пайдалануы маңызды болады, сондықтан үй жасаушылардың және техникалық кеңестердің қолымен көмек көрсетуі керек.

Смарт қонақ үй жасау кезінде бірнеше адамдық қосымшаларына қажет болады. Біздің мекемемізде төмендегі кімдердің көмегі керек:

1. Өнімдерді жасаушылар. Өнімдерді жасаушылар смарт қонақ үй жасау және орнату процесін жүргізеді. Бұл жасаушылар мұндай жұмыс істеу үшін техникалық білім мен жеткілікті тәжірибеңізді қажет етеді.

2. Техникалық специалисттер. Техникалық аспаптың орнатуы мен қолдануы туралы білімді техникалық специалисттер сізге көмек көрсетуі мүмкін. Олар желілерді орнату және басқару үшін өз жеткілікті береді.

3. Өнімдерді сатушылар. Қажетті барлық өнімдерді сатушылардан сатып алуыңыз мүмкін. Олар сізді орнату үшін қажетті барлық материалдарды береді.

4. Мәселелерді жою жолында толықтырушылар. Онда техникалық мәселелерде көмек көрсету үшін толықтырушылардан көмек алуыңыз мүмкін. Олар желілерде қажетті мәселелерді шешеді.

5. Қамтамасыз ету қызметтері. Смарт қонақ үй орнатылғаннан кейін қамтамасыз ету қызметтеріне қолдау көрсететін компаниялардың көмегін алу мүмкін. Олар техникалық мәселелерді жою мен бағдарламаларды толықтыруда көмек көрсетеді.

Смарт қонақ үйіні орнату жолында көмек көрсетушілермен жұмыс жасау және орнату процесін жоспарлау үшін маңызды болады. Олар сізге техникалық білім мен көмек көрсетеді және смарт қонақ үйінің толық функционалдығын ұйымдастыруда көмек көрсетеді.

Смарт қонақ үй тұжырымасы, жасаушының жасау және технологияларды қолдану талаптары мен қажеттіліктерін бұйырмалайтын мекемеден жасалуы тиіс. Смарт қонақ үйді тұжырымалайтын кейбір негізгі сипаттарды ұсынуымыз керек [2]:

1. Умуми түрде жоспарланған жерге жасалу. Смарт қонақ үйді жоспарлау кезінде бір план болуы және барлық жерге көлемді тұжырымдау, жасау және орнату біріктіріледі.

2. Құрамында технологиялар. Смарт қонақ үйде қажетті технологиялар орнатылады, мысалы, уай-фай желісі, жарнамалық жүйе, телеэкран, камералар, жазушалар, көрсеткіштер және сенсорлар.

3. Уақытпен жетілген технология. Смарт қонақ үйде жалпы температура басқару, жарнамалық түрдегі жалғаулар, жарнамалық жүйелердің қысқарту жолдары, ерекшеліктерді қолдануға арналған сенсорлар мен басқа технологиялар орнатылады.

4. Салыстыру және бағалау жүйесі. Смарт қонақ үйде жүйелерді бағалау мен басқару үшін мобильді қосымшалар немесе веб-панельдерді пайдалану мүмкін.

5. Тастама және білдірімдер. Смарт қонақ үйде тастама және білдірімдердің жүйесі орнатылады, олар қонақ үйде пайдаланушыға көмек көрсету үшін пайдаланылады.

6. Қонақ үйінің көмегі мен уақыты. Смарт қонақ үйде жағдайларды бақылау жүйесі мен талаптар бойынша көмектер орнатылады.

7. Талдамаларды жабдықтау мүмкіндігі. Смарт қонақ үйде мамандардың жауабынан өткізілетін жұмыс жасалатын барлық құнымен көмек көрсететін талдамаларды орнату мүмкін.

8. Қозғалысы және қоныс жері. Смарт қонақ үйді курсы жағдайына жататын жерді жоспарлау мен орнату кезінде көмек көрсететін курсы жағдайы жасайды.

Смарт қонақ үйді тұжырымалау кезінде барлық орнатулар мен технологиялар жасалған соң, оны жоспарлау, орнату және орнатуды тексеру керек [3].

Смарт қонақ үй тұжырымасын толықтыру үшін көптеген жағдайлар мен көмектер керек болуы мүмкін. Мысалы.

1. Компьютер немесе мобильдік қосымшалар. Жоспарлау, бағалау жасау, басқару және тесттік жағдайларды жағдайлау үшін компьютердік және мобильдік қосымшаларды пайдалануы мүмкін.

2. Электронды жүйелер мен автоматизация. Смарт қонақ үйді жоспарлау және орнату үшін мүмкін болатын автоматизация жүйелерін жасау мүмкін.

3. Санаулы дизайн. Қонақ үйді сыртқы дизайнда смарт жұмыс жасау үшін жасаушының үй жатқызуы мүмкін.

4. Мобильді коммуникация желілері. Қонақ үйде мобильді коммуникация желілерін орнату керек, олар смарт құрылғыларды жолдамау үшін қажет болады.

5. Әлеуметтік желілер. Қонақ үйді мүмкіндіктерді анықтау, тұжырымалау

және орнату жоспарларын жасау үшін алушылар, басқарушылар мен специалисттермен жобалау керек.

6. Тұжырымалау материалдары. Қонақ үйді орнату кезінде тұжырымалау материалдарын сатып алу керек, олар сіздің проектiңізге сай болуы мүмкін.

7. Басқару жатқызу. Қонақ үйді орнатуды басқару, тексеру және жоспарлау үшін техникалық құралдар мен білімді енгізу керек.

8. Электрталап. Смарт қонақ үйге қажет болатын электрталапты орнату, өңдеу жүйесін жасау мен басқа жұмыстарды жасау үшін тақырыпты құралдарды пайдалану керек [4].

Сіздің смарт қонақ үйді жоспарлау және тұжырымалау үшін керекті мәліметтер мен көмектер көп болады. Сіздің проектiңізге сай толықтай орнату материалдарын жасау үшін профессионалдарды қамтамасыз ету мүмкін.

Смарт отелдер жерлерге байланысты басқа отелдерден артықшылықтар беретін инновациялық қызметтерді жасайды. Олар әрекет жасаушыларына жақындықты орнататын және комфортты жасау және адамдарды смарт технологияларды пайдалануға көмек көрсететін жерлер болып табылады.

Ал енді смарт отелдерге мүмкіндіктеріне назар аударайық [5].

- Өткізу және тіркеу қолданушы интерфейсі. Смарт отелдерді пайдаланушылардың өткізу мен тіркеу процесін жеңілдетеді. Бірнеше смарт отелдерде мобильді қосымша арқылы тіркеу жасалады және өткізу қасиетін пайдаланушылар жасау мүмкін.

- Мобильді жасау біріктірілген орналастыру. Бірнеше смарт отелдерде мобильді қосымшаларды пайдаланушылардың комфортты жасауға көмек көрсететін кеңестерге жақындатылады. Мысалы, мобильді телефонды қосымшалар арқылы мәліметтер алу, тілеу жасау және малайтуды пайдалануға арналған орналастырулар бар.

- Смарт технологиялар. Смарт отелдерде смарт технологияларды пайдалануы мүмкін. Мысалы, смарт телевизорлар, қосымша жеткізу қосымшалары, коммуникация желілері және басқа технологиялар пайдаланушыларға комфорт жасау үшін қолданылады.

- Онлайн қызметтер. Смарт отелдердің көмегімен жүргізілетін онлайн қызметтер бар. Мысалы, онлайн қызметтер арқылы кіру, кіру туралы мәліметтер, билеттерді сатып алу және басқа қызметтерді алу мүмкін.

- Экологиялық қолдану. Смарт отелдерде топырақты үйлеу, жарылым жасау, тереңділікпен су жасау және тасымалдау саласында экологиялық қолдану байланысты басқа отелдерден артықшылықтар болады.

Осылайша, смарт отелдер пайдаланушыларға көмек көрсету үшін әрекет жасаушылардың жасау және технологияларды жасау мүмкіндіктерін пайдалану және техникалық жеткілікті білуі керек. Смарт отелдер сізге комфортты күнделікті жасау үшін технологиялардың молдерін жасауға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан». – Алматы, 2001 г. (посл. Изменения от 29.12.2022 № 174-VII).
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.

3. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).
4. Роглев, Х. Й. Основы гостиничного менеджмента: учебник./ Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2019 – 410 с.
5. Информационные технологии управления: учебник / Б. В. Черников, перераб. и доп. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2022 – 388 с.

УДК 338

ТУРИЗМ И ЕГО РАЗВИТИЕ В КАЗАХСТАНЕ

Раушанбекова К. Н.

Научный руководитель: магистр, старший преподаватель Саниева З.Р.
Университет «Мирас», г. Шымкент, Казахстан

Түйін: Туризм өңірлердің экономикалық дамуына, жұмыс орындарын құруға, инфрақұрылымды дамытуға және инвестициялар тартуға ықпал ететін маңызды сала болып табылады. Ол сондай-ақ әртүрлі халықтар мен елдер арасындағы мәдениетаралық алмасу мен түсіністікке ықпал етеді.

Summary: Tourism is an important industry that contributes to the economic development of regions, job creation, infrastructure development and investment attraction. It also promotes intercultural exchange and understanding between different peoples and countries.

Туризм - это отрасль, связанная с путешествиями, отдыхом и посещением различных мест. Он включает в себя активности, которые люди предпринимают во время своего временного перемещения в место, находящееся за пределами их обычной среды проживания. Целью туризма является получение удовольствия, отдыха, знакомство с новыми культурами и окружающей средой, а также переживание новых впечатлений.

Туризм может включать путешествия как внутри страны, так и за границу. Он может быть массовым, направленным на посещение популярных туристических объектов и крупных городов, а также может быть направлен на экологические, культурные или приключенческие формы отдыха. Туристы могут останавливаться в различных типах размещения, таких как отели, кемпинги, гостинные дома и другие.

Туризм является важной отраслью, способствующей экономическому развитию регионов, созданию рабочих мест, развитию инфраструктуры и привлечению инвестиций. Он также способствует межкультурному обмену и пониманию между различными народами и странами.

История туризма имеет долгую и богатую историю, начиная с древних времен. Вот краткий обзор этого развития:

- Древность: Уже в древние времена люди путешествовали с разными целями, включая торговлю, поклонение святыням, дипломатические миссии и паломничества. Греческие и римские империи развили инфраструктуру для путешествий и важные путевые маршруты.

- Средние века: В период Средневековья путешествия были ограничены из-за войн и проблем безопасности. Однако паломничества в святыне места и

религиозные центры были распространены. Примером является паломничество в Мекку, последующие паломничества в Святую Землю и появление древних маршрутов, таких как Хаджи и путь в Компостелу.

- 18-19 века: В период промышленной революции и социальных изменений родилась новая форма путешествий - туризм. Богатые европейцы начали осуществлять путешествия для развлечения и образования, посещая курорты и исторические достопримечательности. Также развивался путешественничество в экзотические страны и отдаленные регионы.

- 20 век: В 20 веке туризм стал всеобщим доступным благодаря развитию транспорта, коммуникаций и повышению уровня жизни. Массовый туризм стал распространенным явлением, с возникновением пакетных туров, чартерных рейсов и отелей для отдыха. Круизы также стали популярными формой отдыха.

- Современность: С развитием интернета, социальных сетей, онлайн-бронирования и цифровых технологий туризм продолжает эволюционировать. Появились новые формы туризма, такие как эко-туризм, культурный туризм, приключенческий туризм и т.д. Путешествия стали важной отраслью экономики, создающей рабочие места и способствующей развитию регионов.

Таким образом, история туризма отражает развитие человеческой потребности в путешествиях, отдыхе и познании новых мест и культур. Он стал сильным социально-экономическим феноменом и важной частью нашей современной жизни.

История туризма в Казахстане имеет свои корни в различных эпохах и событиях. Вот краткий обзор начала истории туризма в Казахстане:

- Древние Времена: Территория современного Казахстана имеет богатое историческое и культурное наследие, охватывающее темные века и средневековье. Во время этих периодов путешественники, торговцы и исследователи приходили в Казахстан, чтобы пройти по Шелковому пути, изучить природные ресурсы и установить культурные и торговые связи.

- Путешествия из России: Во время Русской империи первые путешественники, в основном ученые и исследователи, начали осваивать территорию Казахстана. Они были заинтересованы в природе, истории и этнографии региона. Путешественник Григорий Потанин и исследователь Константин Скворцов жили в Казахстане и открыли для себя множество культурных и природных достопримечательностей.

- Советское время: В период советской эпохи туризм в Казахстане имел больше характер экскурсий и отдыха для жителей СССР. Люди отправлялись в летние лагеря, санатории и курорты Казахстана, чтобы насладиться природой, лечебными источниками и климатическими условиями.

- Независимость: После получения Казахстаном независимости в 1991 году, страна стала все более доступной для международных туристов. Правительство Казахстана активно способствует развитию туризма, создаются новые туристические маршруты, развивается инфраструктура и проводятся мероприятия для продвижения страны как важной туристической дестинации.

- Популярные направления: Сегодня Казахстан привлекает туристов своим уникальным природным наследием, включая горы, озера, пустыни и национальные парки. Также популярными направлениями являются культурные и исторические достопримечательности, такие как город Алматы, национальный парк Боровое, Каскеленские озера, Алханайское озеро и многие другие места.

Таким образом, история туризма в Казахстане начинается с древних времен и продолжается до сегодняшнего дня. Страна предлагает широкий спектр природных, культурных и исторических достопримечательностей, которые могут привлечь туристов со всего мира.

Казахстан предлагает множество привлекательных мест для туристов. Вот некоторые из наиболее актуальных мест, которые стоит посетить:

1. Алматы: Культурная и деловая столица Казахстана, известная своими современными достопримечательностями, такими как набережная Есил, Национальный музей, Ботанический сад, а также близлежащие горнолыжные курорты Шымбулак и Тюбетейка.

2. Астана (Нур-Султан): Столица Казахстана, которую отличают современная архитектура и великолепные культурно-исторические достижения, такие как Байтерек, Дворец мира и согласия, Акорда и т. д.

3. Озеро Кайынды: Прекрасное озеро в Алматинской области, окруженное живописными горами, с панорамным видом на природу и возможностями для пеших прогулок и рыбной ловли.

4. Чарынский каньон: Известный своими уникальными красными скалами и формами, Чарынский каньон предлагает возможности для пеших и верховых прогулок, пикников и фотографирования.

5. Национальный парк Алтайский: Расположенный в Восточном Казахстане, этот парк является раем для любителей природы, включая горные хребты, озера, водопады и разнообразную флору и фауну.

6. Каскеленские озера: Группа озер в Алматинской области, известных своей кристально чистой водой и прекрасными пейзажами. Это область, идеальная для пикников, прогулок и рыбной ловли.

7. Байконур: Космодром, известный своими космическими запусками и историей космических полетов. Туристы могут посетить музей космонавтики и наблюдать запуски ракет.

8. Туркестан: Исторический город, имеющий огромное историческое и культурное значение для Казахстана. В этом городе находятся мавзолей Ходжи Ахмеда Яссави и другие исторические архитектурные памятники.

Это лишь некоторые из привлекательных мест в Казахстане. В стране есть много других удивительных природных и культурных достопримечательностей, которые могут заинтересовать туристов.

Казахстан - это удивительная страна с обширной и разнообразной природой, богатым культурным наследием и гостеприимными людьми. Вот несколько причин, почему Казахстан является привлекательным направлением для туризма:

1. Разнообразие природы: Казахстан предлагает разнообразные ландшафты, включая горные хребты, просторные степи, пустыни, озера и каньоны. Вы можете насладиться красотой гор, покататься на лыжах, погулять по бескрайним просторам степей и исследовать уникальные природные памятники.

2. Культурное наследие: Казахстан богат культурным наследием, отражающим его тысячелетнюю историю. Вы можете посетить исторические города, мавзолеи, крупные мечети, музеи и археологические памятники, чтобы узнать о местных традициях, ремеслах и исторических событиях.

3. Города Алматы и Нур-Султан: Столица Нур-Султан (бывш. Астана) и бывшая столица Алматы предлагают современную архитектуру, высококлассные отели, рестораны и много других развлечений. Вы можете насладиться богатой культурной сценой, посетить музеи и искусственные озера, а также насладиться разнообразной кухней.

4. Гостеприимство местных жителей: Казахстан известен своим гостеприимством и дружелюбием. Местные жители приветствуют гостей и рады поделиться своей культурой, традициями и обычаями. У вас будет возможность познакомиться с их гостеприимством и насладиться аутентичным гостеприимством казахского народа.

5. Возможности для активного отдыха: Казахстан предлагает широкий спектр активностей для любителей приключений и активного отдыха. Вы можете заниматься горным туризмом, пешими прогулками, велосипедных и кочевых походах, верховой езде, а также рыбной ловле и охоте.

Это лишь некоторые из причин, почему Казахстан считается привлекательной страной для туризма. Благодаря своей уникальной природе, культуре и гостеприимству, Казахстан обещает стать захватывающим и путешественническим местом для всех, кто посещает эту страну.

Если развитие туризма в Казахстане будет продолжаться, можно ожидать следующего будущего для туризма в стране:

1. Устойчивый экотуризм: С увеличением осознания экологических проблем и спроса на экологически чистые места, Казахстан может стать важным направлением для устойчивого экотуризма. Сохранение природы и биоразнообразия будет приоритетом, и появятся экотуристические маршруты, эко-отели и программа защиты окружающей среды.

2. Развитие культурного туризма: Казахстан обладает богатым культурным наследием, и развитие культурного туризма будет продолжаться. Местные фестивали, традиционные ремесла, культурные мероприятия и исторические достопримечательности будут привлекать туристов, которые хотят погрузиться в уникальную культуру страны.

3. Развитие туризма по историческим путям: Казахстан расположен на старых торговых маршрутах, таких как Шелковый путь и Великий Шелковый путь. Развитие туризма по историческим путям будет способствовать изучению истории, торговле и культурному обмену между Казахстаном и другими странами.

4. Развитие инфраструктуры и комфорта: Развитие туризма будет способствовать улучшению инфраструктуры и комфорта для путешественников. Будут строиться новые отели, гостиницы, рестораны, аэропорты и дороги, чтобы обеспечить комфортабельное пребывание туристов в стране.

5. Развитие цифрового туризма: С развитием технологий и цифровых инноваций, Казахстан может использовать цифровые платформы и онлайн-сервисы для продвижения туристической отрасли. Это поможет улучшить доступность информации о достопримечательностях, бронирование, маршруты и взаимодействие с туристами.

В целом, если развитие туризма в Казахстане будет продолжаться, можно ожидать большего прироста туристического потока, развития инфраструктуры и комфорта, а также увеличения осведомленности о богатстве природных и культурных ресурсов страны. Это позволит Казахстану привлечь больше туристов со всего мира и установиться как важное туристическое направление в Центральной Азии.

Можно сделать следующие выводы:

1. Казахстан имеет огромный потенциал для развития туризма благодаря своей разнообразной природе, богатому культурному наследию и гостеприимству местных жителей.

2. Развитие туризма в Казахстане способствует устойчивому экотуризму, где сохранение природы и биоразнообразия является приоритетом.

3. Культурный туризм и развитие туризма по историческим путям будут продолжаться, чтобы привлечь туристов, заинтересованных в уникальной культуре и истории Казахстана.

4. Развитие инфраструктуры и комфорта для туристов будет обеспечивать удобство и качество пребывания в стране.

5. Применение цифровых инноваций и цифровых платформ в туризме способствует привлечению и обслуживанию туристов.

В целом, Казахстан будет развивать туризм в соответствии с изменяющимися потребностями и ожиданиями путешественников, стремясь стать важным игроком в мировой туристической индустрии.

Список использованной литературы:

1. Денисов И.В., Петренко Е.С., Дарибекова Н.С., Шабалтина Л.В. Государственное управление развитием туризма в Казахстане: кластерный подход // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 12. – с. 3359-3374.

2. Денисов И.В., Дарибекова А.С., Петренко Е.С., Шабалтина Л.В. Стратегическое управление развитием туризма в Казахстане // Экономические отношения. – 2020. – № 10 (4). – с. 1039-1050.

3. Добрынина Я.С., Окольников И.Ю. Кластеризация как инструмент маркетингового управления и развития регионального туризма: постановка проблемы // Экономический вестник ИПУ РАН. – 2020. – № 1 (1). – с. 72-82.

ҚОНАҚ ҮЙ КӘСІПОРНЫНДА МӘДЕНИ-ДЕМАЛЫС ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСТЫРУ

Салыбек Әсел Бақытқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В данной статье обсуждается важность организации мероприятий и культурных-досуговых программ в гостиницах и туристских предприятиях. Эти программы обогащают туристский опыт, позволяя гостям познакомиться с местной культурой и традициями. Они также способствуют развитию туристской индустрии и укреплению связей с посетителями. Правильно спланированные мероприятия делают пребывание туристов более запоминающимся и значимым, способствуя устойчивому развитию региона.

Summary. This article discusses the importance of organizing events and cultural and leisure programs in hotels and tourism enterprises. These programs enrich the tourism experience by allowing guests to experience local culture and traditions. They also help develop the tourism industry and strengthen connections with visitors. Properly planned events make tourists' stay more memorable and meaningful, contributing to the sustainable development of the region.

Мақаланың негізгі сөздері: қонақ үйлер, мәдени-демалыс қызмет, демалыс, көмек, кәсіпор, мәдени-демалыс, жоспарлау, туризм.

Қазіргі қонақ үйлері адамдардың бекітілген тұрмыстарынан бірі екені тиіс, олардың ақпараттық салымдары және арналары кездесіп тұр. Қонақ үй кәсіпорнында мәдени-демалыс қызметін ұйымдастыру маңызды болып табылады, себебі қонақ үйлерінің қызметкерлері жасау жасамдарынан толық рұқсат алады, мектеп арқылы оқыту жасамдары жатады және жағдайын назарда сақтау үшін өнімді басқару технологияларын қолдайды.

Мәдени-демалыс қызметінің мағынасы ойындар, көмекшілер, темірлеу және тіркеу қызметтері, арнаны жасау, жеткізу және орнату іс-шараларын жүзеге асыратын және оларды деңгейлендіру, тиімді болдыру және кәсіпорындағы жоба қызметкерлерінің жұмысын тиімділікке көмектесу мақсатымен жасалады [1].

Мәдени-демалыс қызметі көмегімен қонақ үйлері, бейнелер, жеткізулер мен орнатулар орнатылады, олардың іске асырылуы жасау, басқару және денсаулықтың қоғамдық нормативтеріне сәйкес жасау және басқару жатады. Мәдени-демалыс қызметі адамдардың жасау жасамдарын орнату мен басқару жолында көмек көрсетеді және оларды жариялау және сақтау жолында жатады. Энергетика, қазан аулау, темірлеу, ерекше жасау құрылыстарын орнату жатады. Бұл қызмет орнату жұмыстарының, жеткізулердің, аулау жасау жасамдарының, демалыс жасамдарының немесе оларды басқару жолында тәжірибелікті қызметкерлердің жобасын жасау жатады.

Мәдени-демалыс қызметі арқылы жұмыс істеу арқылы, адамдар тіркеулер мен орнатуларды түсіндіру және оларды денсаулық нормативтерге сай жасау жолында жатады. Басым жариялау, күміспен темірлеу және қазанды аулау бойынша орнату жасамдары мен оларды басқару жолында жатады.

Қонақ үй кәсіпорнында мәдени-демалыс қызметін ұйымдастыру үшін кәсіпорындағы мектептермен жұмыс істеу мақсатында келісімше жұмыс жасау керек. Мектептер мен кәсіпор қоғамдары байланыстырылатын кездестірілген арнаны жасау арқылы, қонақ үй кәсіпорнында мәдени-демалыс қызметіні ұйымдастыруыңызды жасауға болады [2].

Қонақ үй және туризм индустриясы кәсіпорындарында мәдени-демалыс жұмыстарын ұйымдастыру мыналарды қамтиды:

- Қонақ үй кәсіпорлары мен мектептермен келісімше жұмыс. Қонақ үй кәсіпорлары мен мектептер міндетті түрде келісімше жұмыс істеу үшін кездестірілген договорларды жасауыңыз керек. Осы договорларда кәсіпордың мектептермен ортақ жұмыс істеу мақсаты және келісілген шарттары анықталады. Мектептер оқу жасау жасамдарын қолдау жасау үшін берілген және білікті оқу жасау жасамдарын жасауға дайын болуы керек.

- Қонақ үй кәсіпорлары мен мектептермен келісімше жұмыс. Қонақ үй кәсіпорлары мен мектептер міндетті түрде келісімше жұмыс істеу үшін кездестірілген договорларды жасауыңыз керек. Осы договорларда кәсіпордың мектептермен ортақ жұмыс істеу мақсаты және келісілген шарттары анықталады. Мектептер оқу жасау жасамдарын қолдау жасау үшін берілген және білікті оқу жасау жасамдарын жасауға дайын болуы керек.

- Қазақстан Республикасының мәдени-демалыс тақырыптары. Қазақстанда қонақ үйлері мен мектептерді байланыстыру жөнінде мәдени-демалыс тақырыптарының құнынан жасау туралы мәліметтер алу қажет. Сіздің жеке жағдайыңызға байланысты қажетті стандарттар мен талаптар анықталуы керек.

- Қонақ үй кәсіпорында мәдени-демалыс қызметін басқару. Қонақ үй кәсіпорында мәдени-демалыс қызметін басқару үшін көмекшілер мен қызметкерлерді іске асыруыңыз керек. Сіздің жеке жағдайыңызға байланысты қонақ үйіңіздің технологиялары мен іске асыру жоспарларын құру және оларды жүзеге асыру адамдарды іске асыруды көмек көрсетеді.

Қонақ үй кәсіпорлары мен мектептер арасында жұмыс істеу келісімшарттарын анықтау, оқу жасау жасамдарын қолдау жасау, мектеп арқылы оқу жасау жасамдарын қолдау жасау, мәдени-демалыс тақырыптарын түсіндіру және қазақстан Республикасының мәдени-демалыс стандарттарына және талаптарына сай болуға болады. Қазақстанда қонақ үй кәсіпорлары мен мектептер арасында жұмыс істеу жоспарын ұйымдастыру үшін қажетті мәліметтерді жинау және жеке жағдайыңызға сай болатын жоспарды жасау арқылы, сіз оларды сәтті ұйымдастыра аласыз [3].

Қонақ үй және туристік кәсіпорындарда мәдени-демалыс жұмыстарын сәтті ұйымдастыру мақсатында мысалдар осындай:

1) Көрме өндіріс жасау. Қонақ үй және туристік кәсіпорындарда мәдени-демалыс жұмыстарын жасау үшін көрме өндіріс жасау мақсатында қолданылатын мәтіндіктерді, видео материалдарды жасау.

2) Аяқтау жасау жоспары. Қазір мәдени-демалыс аяқтау жасау жоспары жасау жатады. Бұлда жасау керек еңгізу, қандай технологияны жолменізге алу,

тиімді жатару және таңдау, мақсаттарды бекіту жатады.

3) Технологияларды қолдану жолымен ойындарды жасау. Қонақ үйде жататын технологияларды жұмыс істеу жолымен ойындарды жасау. Сонда ойындарды азырғы технологияларды пайдалану жолымен ойнатуға болады.

4) Айыл өнімдерін жасау жоспары. Қазір айыл өнімдерін жасау жоспарын ұйымдастыру, өндіріс жасау, мақсатты теңгерімдерді қолдану жатады.

5) Экскурсиялар мен туристік айлаудар ұйымдастыру. Қазір экскурсиялар мен туристік айлаударды ұйымдастыру, аяқтау жасау жатады.

6) Жергілікті арнаны басқару және орнату жоспары. Қазір жергілікті арналарды басқару және орнату жоспарын жасау, орнату жасау, байланыс жасау жатады.

7) Қазіргі туристік тарауларды байланыстыру. Қазір туристік байланыс жасау жоспарын ұйымдастыру, туристтерді байланыстыру жатады.

8) Туризм қаржыларын ұйымдастыру. Қазір туризм қаржыларын жасау жоспарын жасау, қажетті ақпаратты жинау жатады.

9) Туристтерге қош келу және олардың талқылауын ұйымдастыру. Қазір туристтерге қош келу жоспарын жасау, талқылау жасау жатады.

Мәдени-демалыс жұмыстарын ұйымдастыру мақсатында көмекшілерді, басқарушыларды және туристтерді қатысуға болады. Олардың қатысуы және мақсатын жазу, туризм бағдарламасын жеткізу және мәдени-демалыс тақырыптарын түсіндіруді жасауға болады [4].

Мәдени-демалыс жұмыстарын ұйымдастыру үшін көмек беру үшін адамдарды қатысып көмек көрсету және ресми бағдарламаларды орындау мүмкіндіктерін пайдалануыңыз мүмкін. Бірнеше көмекшілік тәсілдері ғана ұсынылғанын еске салу керек. Солардың кейбірін тізіп көрейік.

- Қоғамдық ұйымдарды қосу. Қонақ үй және туристік кәсіпорындарда мәдени-демалыс жұмыстарын ұйымдастыру үшін сіз қоғамдық ұйымдардың (жергілікті оңтүстік туризм орталықтары, туристік ассоциациялар, экологиялық ұйымдар және басқалар) қатысуын сұрау ете алатыңыз.

- Мекенжайларды қосу. Қазір туризм мекенжайларымен іс жасау үшін көмекшіліктерді ұсыну мүмкін. Олар тур аялаударын жасау, жергілікті арнаны басқару және орнату, мәдени-демалыс жұмыстарын жасау және қондырмаларды жасау үшін көмек көрсету мүмкін.

- Кешендерді қосу. Кешендерді туристтерге алдын-ала қабылдау, ойындарды жасау және мол жинау жоспарларын ұйымдастыру үшін қатысуға шақырыңыз.

- Технология жасау. Жарнамаларды, интернет сайттарын, қоғамдық медиа арқылы мәдени-демалыс жұмыстарын жасау жоспарын ұйымдастыруда технологияны қолдану.

- Мүшесіздікке жол беру. Қонақ үй және туристік кәсіпорындардың жергілікті өнімдері мен мейірімдерін жақсарту үшін адамдарды мүшесіздікке жол беру.

- Жергілікті жерлерді жасау. Туристтерге жерлерді жасау жолымен ойындарды жасау жоспарын ұйымдастыру.

- Маркетинг жасау. Туризм бағдарламаларын таныту, атауын жасау және оны ресми түрде жасау мақсатында маркетинг жасау.

Туризм бағдарламаларын ұйымдастыруда қоғамдық қамтамасыз ету, оқиға тарату және жергілікті іс жасау қабілеттеріңізге және мәдени-демалыс жұмыстары жасау жолында тәжірибелікті қоғамдық қатысуға байланысты [5].

Қорытындылай келе, қонақ үйлер мен туристік кәсіпорындарда іс-шаралар мен мәдени бағдарламалар ұйымдастыру туристік тәжірибені байыту және келушілермен байланысты нығайтуда маңызды рөл атқарады. Бұл бағдарламалар қонақтарға жергілікті мәдениетті, дәстүрлерді және көрікті жерлерді көруге мүмкіндік береді, бұл олардың болуын есте қаларлық және мағыналы етеді. Олар сондай-ақ туризм индустриясы мен жергілікті қауымдастықтың дамуына, жаңа бизнес пен жұмыс орындарын құруға үлес қосады. Дұрыс жоспарланған және ұйымдастырылған мәдени іс-шаралар туристер үшін аймақтың тартымдылығын арттырып, оның тұрақты дамуына ықпал етеді.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан». – Алматы, 2001 г.
2. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
3. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).
4. Дүйсен Г. М. Қазақстандағы туризм индустриясының қалыптасуы мен дамуының негіздері. «LEM» баспасы. – Алматы, 2022.
5. Тимофеев О. Н. Қонақжайлылық индустриясындағы анимациялық қызмет: университеттерге арналған оқулық / О. Н. Тимофеев. – Уфа: УГАЭиС, 2019. – 302 б.

УДК 338

FEATURES OF THE ESTABLISHMENT OF HOTEL ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Сапаева Э.Р.

Университет «Мирас», г. Шымент, Казахстан
Алтыбаева Қ., Якубжанова Н.

Центрально-Азиатский инновационный университет, г. Шымент, Казахстан

Резюме: проблема управления гостиничным бизнесом в Казахстане приобретает исключительную актуальность и нуждается в глубоком теоретическом исследовании, комплексном анализе и выработке на этой основе обоснованных рекомендаций.

Түйін: Қазақстандағы қонақ үй бизнесін басқару проблемасы айрықша өзектілікке ие болады және терең теориялық зерттеуді, кеиенді талдауды және осы негізде негізделген ұсыныстарды әзірлеуді қажет етеді.

In modern conditions, tourism has become an important social and economic phenomenon that has a decisive impact on the economy of many countries. Being a profitable and highly profitable industry, tourism plays a significant role in the formation of gross domestic product, activation of the foreign trade balance, creation

of additional jobs and employment of the population. In the future, positive trends in the development of the tourism sector can bring the Republic of Kazakhstan among the 50 most developed countries in the world, according to the development strategy

"Kazakhstan-2030". Today, the tourism sector is among the seven promising non-energy sectors of the country and it should be noted that

The hospitality industry is a crucial part of the effective development of the tourism services market in the Republic of Kazakhstan.

Due to the increased investment attractiveness of the Republic of Kazakhstan in the 90s, a wave of business trips from far and near abroad became the starting point for increasing the attractiveness of hotel facilities. Also, the history of the republic has a positive effect on the effectiveness of the further evolution of hotel facilities [25]. Among them there are more than 20 thousand historical monuments, of which the most popular are: the Great Silk Road, the ancient city of Turkestan, the mausoleum of Khoja Akhmet Yassawi,

The "Golden Man", picturesque nature, diversity and vastness of lands, original culture, traditions, economic and social openness of the country's policy, etc. However, you should pay attention to a number of the following problems that a potential consumer of hotel services may face:

- poor infrastructure development in the state as a whole, excluding the major cities of Astana and Almaty;

- the high cost of flights, insufficient frequency of rail services, poor quality of service and the level of informatization, etc.;

- the protracted bureaucratic process of registration of foreign citizens in the territory of the Republic of Kazakhstan, as well as permission to obtain a visa for foreign citizens;

- insufficient level of qualified personnel, lack of specialists in the field of management at all levels in the hotel business.

The establishment and effective development of the hotel business is primarily associated with the activity of inbound and domestic tourism.

Domestic tourism is based on various types of trips (business, leisure, education, etc.) and is the most promising direction for the development of the tourism industry in the country as a whole [25].

The relevant and main direction of the development of the tourism industry as a whole is to increase the attractiveness of the Republic of Kazakhstan in the investment, cultural, recreational, sports, religious, etc.

Entrepreneurship in the hotel business is a special type of economic activity that is based on initiative, an innovative entrepreneurial idea and is aimed at the production and sale of hotel services in order to make a profit. All new technologies, as a rule, are developed and implemented primarily at privately owned enterprises, and only over time at state-owned enterprises, thereby slowing down the development of publicly owned accommodation facilities. Entrepreneurship in hospitality can develop successfully if there is a favorable business environment that allows an entrepreneur to succeed in achieving their goals, in implementing entrepreneurial projects and contracts with sufficient profit (income) [25].

With the acquisition of independence, a program of privatization of enterprises on the balance sheet of the state was carried out in the republic, a certain part of the facilities of the accommodation facilities was transferred to private hands. There is an increase in the number of privately owned enterprises in Kazakhstan. The structure of hotel enterprises by form of ownership has undergone significant changes: if in 2006 there were 871 individual entrepreneurs and enterprises engaged in accommodation activities in the country, then in 2023 their number increased to 1,678, that is, almost 2 times.

According to the Kazakhstan Association of Hotels and Restaurants, there is no growth in active tourism, including environmental tourism. For the development of educational tourism, it is necessary to develop hotel enterprises in suburban areas. It is characteristic that the hotel enterprises of cities are geographically concentrated somewhat specifically. Luxury hotel complexes are located mainly in the central areas of the city. In turn, the peripheral areas are poorly provided with hotel enterprises.

As it turned out, the culprits of this balance of forces were not only the lack of proper infrastructure for the tourism industry, but also distortions in the country's hotel business itself.

It should be noted that the growth trend is typical for almost all the main indicators characterizing the activity of the tourism services market in the Republic of Kazakhstan. The gross value added created in the tourism industry is increasing, as well as consumption in the field of tourism – domestic, inbound, outbound. In inbound tourism, the share of exports and imports of services is increasing, as well as the number of persons registered in the tourism services market, and persons who have visited Kazakhstan, etc. Due to the growth of socio-economic indicators of the tourism sector, the tastes and preferences of consumers of the hotel services market are changing, which contributes to the expansion of the quality infrastructure in the hotel business.

The strategy of human resource development of hotel facilities in the Republic of Kazakhstan. On the way to development and self-improvement, the Republic of Kazakhstan needs to develop strategic directions for the effective development of the hotel industry. According to the Agency of the Republic of Kazakhstan on Statistics, the number of people employed in the hospitality industry is increasing and the average annual increase is 3.5% and by 2023 has reached 50.4 thousand people. With the increase in the number of employees in hotel enterprises, the average monthly nominal salary of employees increases.

The strategy of employment development in the hotel business sets itself the following tasks:

- The Republic of Kazakhstan has sufficient potential of the workforce ready to master international quality standards;
- employees of the tourism sector and hotel facilities have the necessary skills, knowledge and experience for the effective development of the hospitality sector, which requires constant enrichment of modern approaches to the knowledge of the client and the tourist services market;

- in the Republic of Kazakhstan, the largest number of workers prefer the industrial, educational, administrative sphere of economic activity, which on the one hand is obvious in connection with the development of these areas, but on the other hand, this situation leads to the psychological immunity of the tourism sector as a potentially successful economic sphere;

- the hotel services market has a huge potential of human resources because the population of the republic has the opportunity for career, intellectual, social, and individual growth;

- the low level of marketing promotion of the Republic of Kazakhstan is often the cause of a distorted perception on the world stage, thereby leading to an underdevelopment of the tourism industry, and in particular hotel facilities;

- the development of domestic tourism leads to an aggressive pricing policy, which leads to the result "Price≠Quality" [2].

The following measures should be taken to improve the hotel services market:

- Training a highly skilled workforce and matching the skills of employees and the skills required in the workplace for higher productivity of the hospitality industry. As long as the education and training system meet the requirements of employers and an insufficient level of education builds human potential, the hospitality industry will not be able to maximize profits and return on investment;

- organization of access to a high-quality human resources market, cooperation of small and large enterprises of the hotel business with higher educational institutions that train specialists for the tourism and hospitality industries. Also, an example of expanding the labor market is participation in job fairs; attraction of educational institutions for cooperation; provision of benefits and financial support by the enterprise for obtaining real estate; creation of a corporate spirit, a clear vision of the mission and purpose of a hotel enterprise; organization and implementation of self-improvement training programs for employees of the structure;

- workforce planning, taking into account the specifics of hotel facilities. In this case, management needs to assess the existing level of employment, the quality and attractiveness of the work area in order to maintain an optimal level of staff, retain high-quality permanent employees and respond to staff turnover. The solution for the management of hotel enterprises is the economic, statistical, analysis and evaluation of the use of labor resources, the movement of labor to achieve a balance of productivity of the hotel enterprise.

- using the opportunities of the human resources market in a broader sense, that is, expanding its own range of goods and services that do not require large investments, which will lead to the creation of additional jobs, and the simplification or elimination of which in crisis situations will not bring unnecessary costs to the enterprise [28].

For the sustainable development of the hospitality industry of the Republic of Kazakhstan, a number of tasks related to a rooted approach to doing business have to be solved. Most of the enterprises in the hotel sector are small, and their development in the market can be accompanied by attracting customers by promoting socially responsible business, maintaining a healthy lifestyle in a team, cooperating with

domestic protected areas in order to increase awareness of environmental protection among customers of all age categories, etc.

The hotel business occupies a major place in international tourism and the problems of the hotel industry are the main ones for the economic analysis of tourism. Today, the hotel business in Kazakhstan is a rapidly developing business sector, and is in the stage of dynamic growth. Intensive development of the hotel industry is typical for modern Kazakhstan.

For the development of the domestic hotel business, internal management policy should be taken into account, such as human resource management is a very important element in the tourism and hotel business. In order to strengthen market positions in the competitive struggle, enterprises of the Kazakhstani hotel business must constantly improve the ways of providing services, look for reserves to increase productivity, improve the quality and culture of service.

References:

- 1 Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century// Bantam Books.- 1990.- 640c.
- 2 Wywiad z prof. Gilbertem Probstem. Zarządzanie wiedzą w organizacji// <http://www.e-mentor.edu.pl>
- 3 Martin W. B. Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach.-Kraków: Wolters Kluwer, Oficyna Ekonomiczna, 2006.- s.25.
- 4 Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. A conceptual model of services quality and its implications for future research// Journal of Marketing, vol. 49.- 1985.-№ 4, p.44.
- 5 Olszewski M. Zarządzanie wiedzą w procesie konkurowania przez jakość na rynku hotelarskim: praca doktorska,- Poznań, 2011- 279c.
- 6 Rogoziński K. Nowy marketing usług.- Poznań: Wyd. Akademii Ekonomicznej, 2000.- 257c.

УДК 338

ТУРИЗМ В ЭКЗОТИЧЕСКИХ СТРАНАХ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Студент группы Т-221(г) Сапарбек Зарина Талапқызы
Научный руководитель: магистр экономических наук, старший преподаватель
спец.дисциплин Байгушева А.Н.

Summary: This article explores the diverse aspects of tourism in exotic destinations, examining its cultural, environmental and socio-economic impacts. While addressing positive aspects such as cultural exchange and economic growth, the article also draws attention to challenges including cultural degradation and environmental issues. The article examines the ethical considerations, technological advances and sustainable practices needed for the future of the industry.

Түйін: Бұл мақала экзотикалық бағыттардағы туризмнің әртүрлі аспектілерін зерттеп, оның мәдени, экологиялық және әлеуметтік-экономикалық әсерін зерттейді. Мәдени алмасу және экономикалық өсу сияқты оң аспектілерді қарастыра отырып, мақала мәдени деградация мен қоршаған орта мәселелерін қоса алғанда, қиындықтарға да назар аударады. Мақалада саланың болашағы үшін қажетті этикалық ойлар, технологиялық жетістіктер мен тұрақты тәжірибелер қарастырылады.

Данная статья исследует разнообразные аспекты туризма в экзотических странах, изучая его культурное, экологическое и социально-экономическое воздействие. Рассматривая положительные аспекты, такие как культурный обмен и экономический рост, статья также обращает внимание на вызовы, включая культурную деградацию и экологические проблемы. В статье рассматриваются этические соображения, технологические достижения и устойчивые практики, необходимые для будущего индустрии.

Туризм в экзотических странах привлекает внимание миллионов путешественников со всего мира своей уникальностью, красотой и культурным богатством. Экзотика и мистика, свойственные этим регионам, обещают неповторимые впечатления и встречи с новыми культурами. Однако, за всей этой красотой скрываются сложности и противоречия, которые сталкиваются как туристы, так и местные жители.

В данной статье мы рассмотрим туризм в экзотических странах с разных углов зрения. Мы изучим положительные аспекты этого вида туризма, такие как экономические выгоды и культурный обмен, а также осветим негативные стороны, включая культурную деградацию и экологические проблемы. Кроме того, мы рассмотрим возможные пути управления этими сложностями, направленные на достижение устойчивости и сохранение уникальных культурных и природных ресурсов в этих регионах. Важно разглядеть обе стороны медали и понять, как можно сделать туризм в экзотических странах взаимовыгодным и устойчивым для всех его участников.

Туризм в экзотических странах предоставляет множество положительных аспектов как для самой страны-хозяйки, так и для путешественников. Рассмотрим основные преимущества этого вида туризма.

1. Экономические выгоды для страны:

Туризм является одним из ключевых источников дохода для многих экзотических стран. Деньги, потраченные туристами на проживание, покупки и развлечения, вносят существенный вклад в национальную экономику. Эти средства могут быть направлены на инфраструктурные проекты, образование и здравоохранение, что способствует развитию страны в целом.

2. Культурный обмен:

Путешествия в экзотические страны позволяют туристам погрузиться в местную культуру и традиции. Этот культурный обмен обогащает опыт путешественников, расширяет их кругозор и позволяет лучше понимать многообразие мировой культуры. Взаимодействие с местными жителями способствует уважению к различиям и распространению толерантности.

3. Развитие инфраструктуры:

Рост туристической отрасли влечет за собой развитие инфраструктуры в стране. Строительство отелей, ресторанов, магазинов и развлекательных комплексов создает новые рабочие места и способствует улучшению условий жизни для местных жителей.

4. Поддержка экологии:

Многие экзотические страны зависят от сохранности своей природы для привлечения туристов. Это приводит к активным мерам по охране природы и экосистем. Туристические компании и организации финансируют проекты по сохранению окружающей среды и способствуют экологическому образу жизни в местных сообществах.

Помимо ярких положительных моментов туризма в экзотических странах, существуют и серьезные негативные аспекты, оказывающие влияние как на саму страну, так и на туристов и местное население.

1. Культурная деградация:

В процессе коммерциализации и адаптации к потребностям туристов, традиционные культурные ценности и обычаи могут терять свою аутентичность. Местные жители могут начать подстраиваться под ожидания туристов, изменяя свои традиции и образ жизни. Этот процесс нередко называют культурной деградацией, так как оригинальные культурные особенности могут исчезнуть под давлением коммерции.

2. Экологические проблемы:

Повышенный туристический поток может привести к перенаселению и разрушению природных экосистем. Множество туристов оказывают давление на уязвимые экологические системы, в том числе на рифы, леса и дикие животные. Загрязнение природы и переработка большого количества отходов могут серьезно повлиять на экологию региона.

3. Экономическая нестабильность:

Зависимость от туризма как от основного источника доходов может сделать страну уязвимой к экономическим кризисам. Снижение туристических потоков из-за различных факторов, таких как природные бедствия или политическая нестабильность, может серьезно ударить по экономике страны.

4. Социокультурные противоречия:

Конфликты между туристами и местным населением, а также между традиционным образом жизни и потребностями индустрии туризма, могут создать социокультурные напряжения. Это может проявиться в форме недовольства местных жителей, изменениях в социокультурных структурах и образе жизни местных сообществ.

Туризм в экзотических странах находит свое применение в разнообразных сферах, оказывая значительное влияние на социальное и экономическое развитие региона.

Туристический бум способствует не только развитию сферы услуг, но и стимулирует инновации в промышленности. Например, создание тематических парков и развлекательных комплексов требует использования передовых технологий, включая робототехнику. Роботизированные системы могут быть применены в автоматизированных аттракционах, обслуживании гостей в отелях и ресторанах, что повышает качество обслуживания и создает новые рабочие места.

Экзотические страны привлекают медицинских туристов своими природными лечебными ресурсами и современными медицинскими

учреждениями. Лечение в экзотических климатических условиях, использование природных методов восстановления здоровья и специфических видов медицинского туризма, таких как спа-процедуры и аюрведа, позволяют развивать здравоохранение в стране и приносить доход.

Некоторые экзотические страны становятся популярными местами для тестирования и разработки автомобилей и их компонентов. Привлекательные климатические условия и разнообразные дорожные покрытия создают отличные возможности для проведения испытаний и презентаций автомобилей, что способствует развитию автомобильной промышленности в этих странах.

Экзотические страны становятся популярными местами для обучения исследователей и студентов. Исследовательские программы, археологические раскопки и образовательные проекты привлекают ученых со всего мира. Это не только способствует обмену знаниями и опытом, но и развитию образовательных и научных институтов в стране.

Туризм в экзотических странах является сложным и многогранным явлением, которое оказывает глубокое влияние на страны-хозяйки и самих туристов. Несмотря на негативные аспекты, связанные с коммерциализацией и угрозами для природы и культуры, этот вид туризма имеет свой неповторимый очаровательный потенциал.

Одним из ключевых выводов является необходимость устойчивого подхода к развитию туризма в экзотических странах. Уважение к местным культурам, поддержка экологически чистых практик и содействие в сохранении природных ресурсов должны стать основополагающими принципами в индустрии туризма. Новые технологии также играют важную роль, облегчая взаимодействие между туристами и страной-хозяйкой, повышая качество обслуживания и уровень безопасности.

Туризм в экзотических странах предоставляет возможность обогатить опыт путешественников, погрузиться в удивительные культурные и природные аспекты, а также поддержать устойчивое развитие местных сообществ. Однако важно помнить, что это приключение должно быть ответственным и уважительным к природе, культуре и людям, чтобы обеспечить сохранение уникальных богатств экзотических стран для будущих поколений.

Список использованной литературы:

1. Горелик, А. А. (2017). Этнический и культурный туризм: путеводитель. Москва: Альпина Паблишер.
2. Захарова, Е. В. (2019). Культурный туризм: стратегии, технологии, реализация. Санкт-Петербург: Питер.
3. Попова, Е. С., & Смирнов, А. В. (2018). Этнический и культурный туризм: проблемы и перспективы развития. Москва: Книжный мир.
4. Леонтьева, В. И., & Козлов, В. А. (2016). Культурный туризм: история, методология, практика. Москва: Эксмо.
5. Литвак, В. А., & Левит, Е. В. (2017). Этнический и культурный туризм: международный опыт и российская практика. Москва: Магистр.

ӘР ТҮРЛІ ЕЛДЕРДІҢ МЫСАЛЫНДА ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Сеиткасымова Б.У., Махмут Ә.А., Насыр Б. Б.
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье рассмотрены теоретические аспекты развития гастрономического туризма и опыт его развития в разных странах.

Summary. The article examines the theoretical aspects of the development of gastronomic tourism and the experience of its development in different countries.

Гастрономиялық туризм әр аймақтың дәстүрлі тағамдарын қалпына келтіру құралы болып саналады және соңғы онжылдықтарда бүкіл әлемде маңыздылыққа ие болды, өйткені ол аймақтық азық-түлік позициясының негізгі элементіне айналды. 20 ғасырдың екінші жартысынан бастап Азық-түлік тұтынушыларының тағамға деген көзқарасында құрылымдық өзгерістер болды және гастрономиялық туризм әлемнің түкпір-түкпірінен келген ғалымдардың назарын аударды, 2000 жылы Кипрде UNWTO Дүниежүзілік туристік ұйымы өткізген гастрономиялық туризм жөніндегі дүниежүзілік конгресстен кейін. Пайда болғаннан бері гастрономиялық туризм үлкен сұранысқа ие туризм түрлерінің бірі болды және туризмнің бір бөлігі ретінде туристік қызметтің осы түрінде белгілі бір әлеуеті бар табыс көзі болып табылады, бұл гастрономиялық ұсынысы бар шағын және орта бизнес кірістерінің өсуіне ықпал етеді.

Саяхатшылардың баратын жерінде алатын гастрономиялық тәжірибесі олардың саяхатқа қанағаттану деңгейін анықтайтын негізгі элемент болып табылады.

Бұл тарауда біз гастрономияны жаңа бағытты ашуға ынталандыратын әртүрлі айнымалыларды қарастырамыз.

Гастрономия саяхаттың мотивіне айналады, сапарды тек екінші және перифериялық қарастырудан гастрономиялық тәжірибені баратын жерді таңдауда маңызды және анықтайтын айнымалы ретінде іздеудің негізгі мотивациясына айналады. Туристерді ынталандыру тұрғысынан гастрономия мұражайға бару, музыкадан ләззат алу және баратын жердің сәулетіне таңдану деңгейінде. Осы тұрғыдан алғанда, гастрономиялық туризм туристік бағыттарды басқаруды жақсартуға, дақылдарды жылжытуға және ауыл шаруашылығы мен азық-түлік өндірісі сияқты басқа салаларға үлес қосуға үлкен әлеуетке ие.

Тағы бірнеше қорытынды жасауға болады:

- * Тамақ пен сусын-саяхаттың басты мотивтерінің бірі
- * Адамдардың белгілі бір жерге бару себептерін қарастырған кезде, тамақ шешім қабылдау процесінде үлкен рөл атқарады
- * Азық-түліктің рөлін мәдени, демографиялық және техникалық жетістіктерді ескере отырып, олардың қалай дайындалатыны және

ұсынылатыны сияқты кешенді түрде қарастыру керек немесе егер сіз оны нақты айтқыңыз келсе: әлеуметтік, экологиялық және цифрлық дағдылар.

Гастрономиялық туризм қонақүйлердің фойелеріне және олардың қызметтерін қалай кеңейтетініне де әсер етеді. Бұл адамдар, жергілікті тұрғындар да, саяхатшылар да жиналатын, бірге тамақтанатын және ішетін және қоғамдық орындармен танысатын орынға айналды. Туризм индустриясы, қоғамдық тамақтандыру және қонақжайлылық бизнесі гастрономиялық бағыттарды ілгерілету үшін күшті жақтарын біріктіре отырып, қызметтерін араластырады және оңтайландырады.

Гастрономиялық туристер мен басқа туристердің айырмашылығы-олар ең ерекше, экзотикалық тағамдарды іздейді, бірақ бәрінен де дәмді жергілікті тағамдар. Бұл саяхат пен тамақтануды біріктірудің тамаша мүмкіндігі. Әр түрлі платформалар мен есептерге сәйкес, гастрономиялық туризм маңызды орынға айналады.

Белгілі бір туристердің гастрономияға қатысты мінез-құлқының нәтижесінде саяхатшыға баратын жерін, әдет-ғұрыптарын, тарихын немесе әлеуметтік қатынастарын тереңірек білуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, белсенді зерттеу және дестинацияға қатысу арқылы келуші аспаздық дәстүрлер туралы бірегей түсінікке ие болады, сонымен қатар көптеген жағдайларда жергілікті экономикаға, әсіресе дамушы елдерге маңызды үлес қосады.

Қорытындылай келе, болашақта гастрономиялық туризм саяхаттың танымал түріне айналуы мүмкін деп айтуға болады, өйткені бүгінде адамдар ұлттық тағамдардан дәм тату арқылы керемет және есте қаларлық демалыс пен аймақты терең білуді қалайды. Қазақтың барлық дәстүрлі тағамдары, тіпті құрамындағы кейбір өзгерістермен, жоғары асхана деңгейіне сәйкес келу үшін қажетті қызмет көрсету тәсілімен де өзінің ұлттық дәмін сақтап қалды. Ұлттық дәм, өз кезегінде, бұл тағамдарды тек Қазақстанда ғана емес, әлемнің басқа да көптеген бұрыштарында танымал және сүйікті етеді. Зерттеуге қатысқан сарапшылардың пікірінше, эко, этно және агротуризм Қазақстандағы туризмді дамытудың негізгі бағыттарына айналады. Туристік-рекреациялық аймақтарды дамытуға және ішкі нарықта және шетелде туристік бағыттарды ілгерілетуге көп көңіл бөлу қажет. Ішкі туризмнің танымалдығы айтарлықтай өсуі керек. Қазақстан әлемдік туристік индустрияда анағұрлым танымал болады, бұл келуші туризмге келушілер санының біртіндеп артуына ықпал ететін болады. Туризмнің өзі екі сегментпен ұсынылуы мүмкін. Бірінші сегмент, жаппай және кез-келген адамға қол жетімді. Екінші, элиталық жекелендірілген туристік өнім қымбат және қызмет көрсетудің барлық кезеңдерінде жеке менеджердің қатысуымен байланысты.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Брендинг из первых рук: блог Андрея Пуртова о брендинге и маркетинговых коммуникациях [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pourtov.com>.
2. Гастрономические бренды: портал «Наука о рекламе» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.advertology.ru>.

3. Гастрономический туризм [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm>.

4. Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография. - СПб: Левша-Санкт-Петербург, 2014. -208 с.

5. Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Региональные гастрономические бренды как фактор развития туристских территорий. - СПб: Научный исследовательский Университет Высшая школа экономики, 2013. - 216 а

6. Динни К. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. - М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013. - 336 с.

ОӘЖ 338.48

МӘДЕНИ-ТАРИХИ ТУРИЗНІҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Сыдыкова Асылжан Мухамедалиқызы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. В статье представлен анализ и основное понятие культурно-исторического туризма, его роли в современном мире, а также важность использования экскурсионного дела для развития культурно-исторического туризма.

Summary. The article presents an analysis and the basic concept of cultural and historical tourism, its role in the modern world, as well as the importance of using excursion business for the development of cultural and historical tourism.

Мәдени-тарихи туризм басқа өлкелер мен мемлекеттерді тану, олардың культуралық мен тарихи мәдениеттері мен жерлерін көруге маңызды жол болып отыр.

Мәдени-тарихи туризм - бұл адамдардың тарихты және мәдениеттік мұрағаттарын көруге жататын туризмдік түр. Ол, кірер елдіктің нысанауын және тарихын тануға және оны сақтауға қатысады.

Мәдени-тарихи туризмнің мақсаттарынан бірі - белгілі белгілерге ие болған тарихты мәдениеттерді тану және оларды түбіндегі мекемелерде көруге жататын туралы білу. Ол, адамдардың тарихты мәдениеттерді тану, тарихтық мекемелерді қарау және оларды сақтау, қозғалыс жасау мен жеткізу жолында маңызды жол болады.

Мәдени-тарихи туризм бойынша арнайы жерлер мен орындар көптеген маңызды көрсеткіштерге ие болады. Олар археологиялық орындар, музейлер, қалалар, мұрагерлер, тарихты жерлер мен т. б. болады [1].

Мәдени-тарихи туризмнің арнайы ерекшеліктері: басқа жерлер мен адамдармен байланысты орындар мен мекемелер көрге алатын мүмкіндік, жергілікті жерлер мен тарихты мерзімдерге қатысу мүмкіндіктері, орталық бақшалар, ауылдарды жергізу орындары, маусымнан байланысты жасаулар, міндетті саудалар мен топтастыру оқиғаларын жариялау.

Мәдени-тарихи туризм арқылы адамдар ойыналмас жерлерде өз мәдениеттік қайраттарын жасау және жеткізу мүмкіндіктері бар. Ол, жыл бойы туристтерді қамтамасыз ету және үлгілерді дайындау арқылы экономикаға

жеткізім жасайды.

Мәдени-тарихи туризм (Cultural Heritage Tourism) - бұл адамдардың басқа өлкелер мен мемлекеттерді тану, олардың культуралық мен тарихи мәдениеттері мен жерлерін көруге маңызды жол болып отыр. Туризмнің бұл түрі осы өлкелердің мемлекеттік, тарихтық және культуралық мәдениеттерін тану, оларды сақтау, адамдардың мәдениеттік байланыстарын жақсарту мен көрсету барысында жүргізіледі.

Мәдени-тарихи туризмнің мақсаттары арасында тарихты мәдениеттерді тану, тарихтық мекемелерді қарау, оларды сақтау, археологиялық зерттеулерді жүргізу, адамдардың мәдениеттік көрсеткіштері мен созыларын жасау мен көрсету жолында маңызды реттеген [2].

Мәдени-тарихи туризмнің арнайы жерлер мен орындар барлық жерлерге деген қатысу мүмкіндігін жасайды. Олар музейлер, археологиялық орындар, қала және мұрагерлер, тарихты жерлер, мемлекеттік мемлекеттік жеке орындар, адамдардың жасаулары, ойыналмас орындар және өзгертуді жүргізу мүмкіндіктерін көрсетеді.

Мәдени-тарихи туризм бойынша арнайы ерекшеліктер туристтерге орындар мен мекемелерде қатысу, орталық бақшалар, ауылдарды жергізу орындары, маусымнан байланысты жасаулар, міндетті саудалар мен топтастыру оқиғаларын ұсынады.

Сонымен қатар, мәдени-тарихи туризм өсу мәдениеттер мен тарихтың ерекшеліктерін жаңа орындардан, қоршаған жерлерден жататын туристтерге көрсету жолында қолдайды. Мәдени-тарихи туризмнің *даму ерекшеліктері төрт тобы бойынша талдауға болады:*

1. Мұрагерлік және қала тарихі. Қазақстандағы көптеген қалалар мен мұрагерлер тарихты және культуралық мәдениеттік ерекшеліктерге ие болады. Оларды туристтерге таныту көмек етеді және олардың тарихын жеткізеді.

2. Тарихтық мекемелер және археологиялық орындар. Археологиялық өсімдіктер мен тарихтық мекемелер мәдени-тарихи туризмнің маңызды бөлігін еске сеуге мүмкіндік береді. Бұл орындарды қарау мен тарихты таңдау арқылы туристтер мәдениеттік кайраттар жасайды.

3. Әдеттегі тарих жерлері мен мерзімдері. Мәдени-тарихи туристтер өздерінің жеткізуші жолымен тарихты және мәдениеттік жерлерді қарауға болады. Бірақ, біртұтас тарихтық оқиғаларға көмек көрсететін мерзімдерге қатысты туризмді өзгерту мүмкіндіктері болады.

4. Қазақ әдет-адаттары мен кезеңдері. Қазақ мәдениетінің және әдет-адаттарының танымдалуы туристтерге жергілікті жолдарды алғашқы рет көруге мүмкіндік береді. Қазақстандық мұрагерлердің жасаулары мен әдеттері туристтерге өзінің ерекшеліктері мен созыларын көрсетеді.

Мәдени-тарихи туризмнің дамуы Қазақстан мәдениетінің және тарихын таныту, айтып беру мен оқыту жолымен атқарылады. Бұл айтып беру арқылы тарихты таңдау және сақтау, қала және мұрагерлерді таныту, археологиялық зерттеулерді жүргізу және әдет-адаттарды көруге мүмкіндік береді [3].

Мәдени-тарихи туризмде экскурсиялық бизнестің рөлі де маңызды және

елеулі.

Мәдени-тарихи туризмді дамыту кезінде экскурсиялар маңызды рөл атқарады. Экскурсиялар туристтерге мекен-жайда, музейлерде, мұрагерлерде, археологиялық орындарда және басқа мәдени-тарихи орындарда көру және тарихты тануға көмек етеді. Экскурсияның мақсаты, мекемеде түрімдегі ақпаратты беру мен туристтерді мекеменің мақсаттары мен ерекшеліктері туралы толық жолдармен білдіру.

Экскурсиялардың мәдени-тарихи туризмдегі рөлі:

1. Ақпаратты алу. Экскурсия жолымен туристтерге орындық және тарихты ақпаратты ұсыну, мекемелердің жасаулары мен тарихы туралы мәлімет беру мақсатында болады.

2. Тарихтың танымдалуы. Экскурсиялар мекемедегі тарихтық жерлерді жеткізеді, олардың тарихын таңдау және мәдениеттік ерекшеліктерін байқау мақсатында болады.

3. Ұстаздардың жұмысы. Экскурсиялардың ұстаздары орындық жерлер, музейлер мен мекемелерді жеткізу мен мағанаттар ұсыну жолында қажетті ақпаратты беру үшін мамандандырылған. Олар мектептен, университеттен немесе музейдің специалисттерінен білім алғанда болады.

4. Ерекшеліктерін жасау. Экскурсиялар мекемелер мен орындарды туристтерге жасау мен көрсету жолында көмек етеді. Олар мекеменің мәдениеттік ерекшеліктерін жасау, тарихты жасау мен ұйымдастыру, жергілікті ойыналмалар ұсыну, ойындар жүзеге асыру және танымдалу мерзімдерін жариялау мүмкіндігіне ие болады.

5. Ұсыныстар жасау. Экскурсия ұстаздары туристтерге мекемеді тұтыну, фотосуреттер шығару және тарихтық мекемелерге қарау мен тану үшін қолданатын ұсыныстар беру жолында мақсатты іске асырады.

Экскурсияның рөлі мәдени-тарихи туризмнің тиімді дамуында маңызды. Туристтерге орындар мен мекемелердің жасаулары мен тарихы туралы ақпаратты беру арқылы оларды осы өлкенің мәдениеті мен тарихымен танытуға қолдау көрсетеді [3].

Қазіргі мәдени-тарихи туризмнің белестері туризм құрылымдарының мен туризмнің дамуы мен даму мәнінің барлығын біріншілеу мен тізу мақсатында мемлекеттік органдар мен үкіметтермен қамтамасыз етіледі.

1) Мемлекеттік туралы мәлімет беру белсенді. Осы белсенді туристтерге мемлекеттердің мәдениеттік ерекшеліктері, тарихы және культуралық қоғамдары туралы ақпаратты береді. Ол өзара мемлекеттердің байланыстарын құру және мәдениеттік айтыс жасау үшін аудандырады.

2) Туризмнің дамуы мен күнге бастамасы бойынша статистикалық ақпарат беру белсенді. Бұл белсенді туралы туристтердің саны және олардың қайдамен келгендері туралы статистикалық ақпаратты ұсынады. Бұл даму мәнін теңдету мен мерекелерді осы туризм құрылымдарының қолдану мәнінің бір түрлі аудандыруына көмек етеді.

3) Мәдени-тарихи мекемелердің жаңарту және бекіту белсенді. Осы белсенді мемлекеттердің мемлекеттік мемлекеттер мен мәдени-тарихи

мекемелерді жаңарту мен оларды сақтау үшін жаңа жобаларды ұсынуына арналған.

Осы белсенділер мен статистикалық ақпараттар туризмнің дамуын және мемлекеттердің мәдени-тарихи мекемелерін жаңарту жолында көмек етеді. Туристерге орындарды және тарихты ойындарды жаңалау, мемлекеттердің мемлекеттік мемлекеттерді тану және мемлекеттердің байланысқаларын жеткізу мүмкіндігін жасауға көмек көрсетеді.

Осылайша, мәдени-тарихи туризм жалпы Орталық Азия өңірінде және тұтас Түркістан өңірінде туризм индустриясын дамытудың басым бағыттарының бірі болып табылады. Болашақта осы туризмдік түрі тарихтың және мәдениеттің сақтауы, байланыстарды қалпына келтіру, белгілі орындар мен мекемелерді көру және тарихты мерзімдер мен ойыналмас өзгертуге қолдау көрсететін жол болады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
2. Закон Республики Казахстан от 3 июля 1992 г. «О туризме» // Справочная правовая система «Параграф» (с изменениями и дополнениями).
3. Ердавлетов С. Р. История туризма. Развитие и научное изучение. - Алматы, 2017.

УДК 004.08

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНДУСТРИЮ И БУДУЩЕЕ ТУРИЗМА

Студент группы Т-221(г) Тұрсынбай Аида Жандосқызы
Научный руководитель: магистр экономических наук, старший преподаватель
спец.дисциплин Байгушева А.Н.

Аннотация: «COVID-19 пандемиясының туризм индустриясына әсері және туризм болашағы» атты мақалада індеттің туризмге әсері және саланың дамуының күтілетін тенденциялары жан-жақты талданады. Мақалада туристік индустрияны қалпына келтіру мәселелері, жаңа тенденциялардың тұтынушылардың мінез-құлқына әсері және пандемиядан кейінгі кезеңде саланың тұрақты даму перспективалары талқыланады. Туризмнің этикалық және әлеуметтік аспектілеріне, сондай-ақ маркетинг және жылжыту стратегияларында мүмкін болатын өзгерістерге ерекше назар аударылады. Қорытындысында нәтижелер шығарылып, туризмді жаңа шындыққа сәтті бейімдеу бойынша ұсыныстар ортаға салынды.

Abstract: The article "The Impact of COVID-19 on the Tourism Industry and the Future of Travel" provides a comprehensive analysis of the pandemic's consequences on tourism and anticipated trends shaping the industry's future. The paper addresses issues related to the recovery of the tourism sector, the influence of emerging trends on consumer behavior, and prospects for sustainable development post-pandemic. Special attention is given to the ethical and social aspects of tourism, along with potential shifts in marketing and promotional strategies. The conclusion summarizes key findings and offers insights for the successful adaptation of the tourism industry to the evolving landscape.

В последние годы туристическая индустрия столкнулась с одним из самых серьезных вызовов в своей истории - пандемией COVID-19. Эта глобальная кризисная ситуация вызвала значительные изменения в путевках тысяч людей, а также повлияла на экономику многих стран. Закрытие границ, введение ограничений на перемещение, и изменение потребительского поведения создали нестабильность в туристической индустрии, которая продолжает ощущаться и после постепенного смягчения ограничений.

Цель данной статьи - проанализировать воздействие пандемии COVID-19 на туристическую индустрию и рассмотреть перспективы ее будущего в постпандемийный период.

Первым и наиболее заметным последствием стала реакция государств на пандемию, в виде закрытия границ и введения ограничений на перемещение. Эти меры были необходимы для обеспечения общественной безопасности, но оказали значительное воздействие на мировую туристическую активность. Туристические потоки, которые ранее были ключевым элементом глобальной экономики, сократились до минимума, вызвав кризис в отрасли. Заметное снижение числа туристов в результате пандемии привело к серьезным экономическим последствиям для бизнеса в туристической сфере. Гостиничный бизнес, ресторанный сектор, транспортные компании и другие игроки индустрии столкнулись с острой потребностью в поиске альтернативных стратегий для выживания в условиях сокращения туристического спроса. Пандемия также привела к отмене множества массовых мероприятий и туристических мероприятий, которые ранее привлекали туристов со всего мира. Выставки, фестивали, культурные события - все это стало недоступным из-за ограничений на собрания и социальные контакты, оставив многие туристические направления без важного источника дохода. Авиационная отрасль, одна из ключевых составляющих туристической инфраструктуры, столкнулась с серьезными финансовыми трудностями из-за ограничений на полеты и снижения числа пассажиров. Гостиничный бизнес, в свою очередь, пересматривал свои стратегии в условиях низкой занятости. Этот раздел подробно рассмотрит, как эти сегменты и другие части индустрии адаптировались к новой реальности и какие вызовы ожидают их в будущем.

Одним из ключевых трендов, поднявшихся на передний план, стал рост виртуального туризма. Онлайн-платформы, предлагающие виртуальные туры, музеи и культурные мероприятия, стали неотъемлемой частью туристического опыта. Эта инновация не только соответствовала требованиям социального дистанцирования, но и предоставила новые возможности для туристического бизнеса в виртуальном пространстве. С течением времени туристическая индустрия активно внедряла новые технологии для обеспечения безопасности путешественников. Бесконтактные технологии, цифровые приложения для отслеживания здоровья, а также системы управления потоками туристов стали стандартом в обеспечении безопасности туристических объектов. Пандемия стала поводом для переосмысления устойчивости в туризме. Отрасль стала активно внедрять практики устойчивого туризма, стремясь уменьшить свой

экологический след и поддерживать местные сообщества. Этот тренд не только соответствует запросам современных туристов, но и способствует восстановлению и укреплению репутации брендов.

Государства стали играть ключевую роль в поддержке туристической индустрии, предоставляя финансовые меры и стратегии восстановления. Этот раздел рассмотрит, как государственная поддержка влияет на будущее отрасли и какие принципы стали важными в разработке эффективных стратегий восстановления.

Новые тренды в путешествиях и предпочтения туристов

Определение новых трендов в путешествиях стало ключевым аспектом восстановления туристической индустрии. Потребители, вероятно, будут более внимательны к факторам безопасности, выбирая путевки и места, где риск заболевания минимален. Кроме того, в свете пандемии, возможно, возникнет новый интерес к медицинскому туризму и программам здоровья.

Ожидается, что после пандемии увеличится интерес к экологическому туризму и устойчивым формам путешествий. Туристы станут более осознанными и ответственными в своих выборах, отдавая предпочтение направлениям, которые поддерживают окружающую среду и уважают местные культуры. Международное сотрудничество будет ключевым фактором в восстановлении туристических потоков. Страны будут стимулировать сотрудничество, разрабатывая совместные туристические проекты и программы. Важным элементом такого восстановления будет согласованная стратегия по восстановлению международных перелетов и упрощению процессов въезда. Туристические организации могут пересмотреть свои стратегии маркетинга, сосредотачиваясь на безопасности, уникальных культурных и природных аттракциях, а также предоставлении гибких условий для туристов. Продвижение внутреннего туризма также может стать акцентом для многих стран, стремящихся стимулировать отечественные туристические потоки. С понижением туристической активности по всему миру становится более явным влияние туризма на культурное наследие и традиции. Важно разработать стратегии, которые обеспечат устойчивое и уважительное взаимодействие с местными культурными ценностями, предотвращая их искажение и сохраняя уникальность. Одним из ключевых этических вопросов является борьба с туристическим насыщением, особенно в популярных туристических направлениях. Организации должны внедрять стратегии управления потоками туристов, чтобы минимизировать отрицательное воздействие на природные ресурсы и предотвратить негативные последствия для местной экосистемы.

Устойчивость туризма требует внимания к социальным аспектам развития местных сообществ. Туристические проекты должны способствовать улучшению качества жизни местных жителей, обеспечивать равные возможности и поддерживать экономическое благосостояние в сферах, затронутых туризмом. Корпоративная социальная ответственность (CSR) становится важным элементом стратегии туристических компаний.

Организации должны активно вкладываться в благотворительные и образовательные проекты, направленные на поддержку местных сообществ и природных резерватов.

Анализируя предыдущие разделы, можно сделать вывод, что туризм как отрасль прошел через значительные изменения в результате пандемии COVID-19. Однако, несмотря на вызовы, отрасль проявила высокую степень адаптации, инноваций и готовности изменяться.

Основополагающим фактором в будущем туризма будет поиск баланса между обеспечением безопасности туристов и сохранением качества туристического опыта. Туристы будут предпочитать надежные и безопасные условия, сохраняя интерес к разнообразным и уникальным путевкам.

Устойчивость станет центральным принципом будущего туризма. Организации, придерживающиеся принципов устойчивого развития и социальной ответственности, будут иметь конкурентное преимущество. Это также будет важным фактором для выбора туристами конкретного направления или компании. Государственная поддержка туристической индустрии и международное сотрудничество будут играть решающую роль в ее восстановлении. Важно, чтобы страны разрабатывали совместные стратегии, направленные на поддержание и развитие туристических потоков. Туризм будет продолжать играть важную роль в глобальном культурном обмене, способствуя пониманию и уважению разнообразия. Важно подчеркнуть, что в постпандемической эре туризм должен стать инструментом, способствующим восстановлению и поддержанию связей между нациями и культурами.

Список использованной литературы:

1. Всероссийская Федерация Туризма (2021). "Анализ воздействия пандемии COVID-19 на туристическую отрасль России."
2. Правительство Российской Федерации (2021). "Меры поддержки туризма в условиях пандемии."
3. Куликова, О. А., & Бауэр, Т. (2019). "Устойчивость туризма в регионах России: проблемы и перспективы." Региональные исследования, 5, 58-66.
4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) (2020). "Туризм в России: статистический сборник."
5. Широков, Г. А., & Тюнина, И. В. (2020). "Особенности развития внутреннего и въездного туризма в России." Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика, 27(1), 100-112.
6. Иванов, Д. (2020). "Тенденции развития туризма в России в условиях глобальных вызовов." Экономика и социум, 4(1), 62-68.
7. Министерство культуры Российской Федерации (2021). "Государственная поддержка культурно-туристических мероприятий в России."
8. Министерство развития Дальнего Востока Российской Федерации (2020). "Развитие туризма на Дальнем Востоке России: стратегия и практика."
9. Лысак, С. С. (2020). "Внутренний туризм в России: состояние и перспективы развития." Экономика и управление, 5(174), 78-82.
10. Российская газета (2021). "Туризм в России: ожидания и реальность после пандемии."

ТУРИЗМДЕГІ РОБОТТАНДЫРУ: ТАМАҚТАНУ ЖӘНЕ СУСЫН ӨНЕРКӘСІБІНДЕГІ РОБОТ АСПАЗДАР МЕН РОБОТ ДАЯШЫЛАР

Утепбаева Назакат Фахриддинқызы
Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: В статье рассматривается взаимодействие технологий и людей, влияние технологий на туризм.

Summary: The article examines the interaction of technology and people, the impact, of technology on tourism

Соңғы кездегі технологиядағы қызықты жаңалықтардың бірі-туризм саласында роботтардың кеңінен қолданыла бастауы. Роботтарды денсаулық сақтау, фармацевтика, химия, тамақ және ауылшаруашылығы салаларында жұмыс көзі ретінде қолдануға болады. Туризм саласында жұмыс істеуден басқа олар да, осы салаларға жұмысқа орналасқан. Бүгінгі таңда қай саланы алып қарасақта, бәсекелестік өршіп тұр. Соған сай, адамдарда таңдау мен талғам өсіп барады. Бұл орайда туристік бизнес заманауи технологияны қолданбаса табысқа шыға алмайды. Туризм саласын роботтандыру, COVID-19 індеті тұсында кең жайылды, себебі осы кезеңде көптеген тамақтандыру және сусын өндірісі зардап шекті. Адамдармен қарым-қатынас азайту ұсынылған сәтте, роботтардың рөлі басымдана түсті. Соңғы жылдары тамақ және қызмет көрсету өнеркәсібінде роботтандыру бойынша зерттеулердің өсуі байқалып келеді. Роботтандыру туристтер мен жергілікті тұрғындар арасындағы қарым-қатынаста және туристтер мен жұмысшылар арасындағы қарым-қатынаста болған өзгеріс және тұлғааралық байланысты роботтармен өзгерту және ауыстыру туризм тарихындағы теориялық болжаулардан да асып түсті.

Туристік сектордағы кәсіпорындар туристердердің қажеттіліктерімен сұраныстарын қамтамасыз ету үшін, тұруды, тамақ пен сусынды, көлікті саяхат пен демалысты қамтамасыз етеді. Және де туристер азық-түлік және сусындар мекемелерін үйден тыс жерде саяхаттау барысында қолданғандықтан ішіп-жеу, әлеуметтену және басқа да психологиялық қажеттіліктер мен тілектер үшін бірінші дәрежедегі мейрамханалардан бастап, кафетерийлер, ойын-сауық орындары өз мойындарына алады. Онымен қоса туристік өнімдерге қол жеткізу, көмектесу, тарату міндеттерін, өндіруші сатушы ретінде пакеттік турларды дайындайды. Қазіргі таңда көп туристік орындарда бұл қызметті роботтар атқарып жүр. Олардың тиімділігі қонақтармен көп тілде сөйлесе алуы, өзара әрекеттесе алатын қызмет көрсетудің жаңа түрі. 2017 жылы Ван Дорн оларды туризм секторындағы роботтардың тәжірбиесіне қатысу барысында «әлеуметтік делдалдар» деп атады. Бұл роботтар тұтынушыларға қызмет көрсететін, олармен байланысатын және олармен әрекеттесетін жүйеге бейімделген интерфейстер ретінде анықталған. Бүгінгі таңда әзірленген және адамзатқа ұсынылатын роботтар әртүрлі рөл атқарады.

Туризм саласындағы табыс ең алдымен, сапа факторы ретінде бәсеке қабілеттілік пен адам ресурстарына байланысты екені жалпы айқындалған. Осыған қарамастан қызмет көрсету секторында роботтарды қолдану роботтарға қарапайым тапсырмаларды сеніп тапсыруда. Мысалы: «Hilton Worldwide» қонақүйінде «NAO» Softbank роботтарын қолданса, «Intercontinental»-да «Dash», «Amazon» роботтары Clarion Hotel Amarenten қонақүйінде, Starwood тобында «Echo» «Botlr» бөлмеге қызмет көрсету, такси шақыру, онлайн және офлайн ақпарат алмасу, чат немесе консьерж қызметтерін, бір сәтте орындай алады. Ең алғаш роботтарды қызмет көрсету саласында Нагасакидегі Henn na Hotel 2015 жылы қолданды. Ол бірнеше тілде еркін сөйлей алды, қонақтармен сәлемдесіп, ресепшнде тіркелу және шығу процедураларын орындайды, өтініштер мен шағымдарды жаза алады. Бұл 186 робот қызметкері жұмыс істейтін Гиннестің рекордтар кітабына енген алғашқы қонақ үйі. 2018 жылдың соңында Alibaba Group болашақтың алғашқы ұшқызсыз қонақ үйі «Flyzoo» қонақ үйін пайдалануға берді, «Care-o-bot», «Риноцерос», «Эстафета», «Гермес», «Минерва», «Nao», «Sage and Chips», «Urbano», «Cicerobot», «Robovy», «Toyota» және «Ginny» Бұл роботтар Еуропадан Америкаға, Қиыр шығыстан Азияға дейінгі мұражайларда гид қызметін көрсетеді.

Туризм саласында роботтандыру: ол операциялық процесерді жақсартуға, бизнес тиімділігін арттыруға, қызмет көрсету сапасын арттыруға және жеке өнімдерді әзірлеуге көптеген мүмкіндіктерді ұсынады. Туризмдегі бәсекелестікте роботтарды қолдану ерекшелік пен артылықшылықтардың артуына алып келеді. Туризм секторында роботтарды қолдану жаңа толқын болып есептелінгендіктен, бұл тақырып әдебиеттерде зерттеулер тым шектеулі. 2017 жылы Tung and Law туризм секторындағы адам мен роботтың өзара әрекеттесу тәжірбиесінің тақырыптары бойынша осы саладағы алғашқы зерттеулерін жүргізді. Иванов, Вебстер және Березина туризм бизнесінді роботтарды қолдануға болатыны нық сеніммен айтты, осы зерттеу барыстары роботтарды туризм саласына тағыда жақындата түсіп, етене араластыруға себепкер болды. 2018 жылы Йылдыз 16 қатысушымен «кәсіби экскурсоводтардың» «технологиялық гидтер» (ТР) туралы түсініктерін зерттеу үшін сапалы зерттеу жүргізді. Өз зерттеулерінде роботтар адамдардың ойлау қабілетіне ие бола алғанымен, сезу қабілеті жоқ болса да, технологиялық гид, адам сияқты туристік гид адам сияқты жұмыс жасай алмайтынын айтты және олардың жұмыс белсенділігі әліде жеткіліксіз деп тапты. Фуентес Мораледа (2020) туристік қонақүйлердегі роботтармен өзара әрекеттесуін адам мен роботтың өзара әрекеттесу тұрғысынан зерттеді. Қызметтік роботты қабылдау моделіне сәйкес эмоционалдық және қатынастық деп бөлді, сондай-ақ оларды көңіл-күйді талдау арқылы зерттеді. Зерттеушілер адамдар мен роботтар арасындағы өлшемдер мен модельдер туристтердің әртүрлі түрде тудыратын эмоцияларына байланысты деп түсіндірді. Және де роботтардың қонақ үй қонақтары арасындағы қарым-қатынасқа әсер ететінін анықтады.

Қонақ үйдегі аспаздарды ауыстырған,робот аспаздар туризм саласындағы үлкен шың болды.Аспаз роботтар тамақ даярлау,ұсыну сияқты сервистік қызметтермен айналысты.Олардың операциялық процестеріне қонақтарды қарсы алу,оларды қабылдау,және тапсырыс қабылдау кіреді.Сонымен қатар бүкіл процесті басқара алатын робот-даяшыларды қосқан.Қызмет көрсету саласында роботтарды қосу,жұмыс барысын біраз жеңілдетті.Тамақ өнеркәсібінде соңғы уақытта тағаммен тікелей байланыста болатын роботтар көбейту жоспарланып отыр.Азық-түлік,қызмет көрсету секторында жұмыс жасайтын роботтардың гигиеналық талаптарға дезинфекциялық процедураларына толық сәйкес келетіні маңызды.Осыған орай гигиеналық ережелерге жіті назар аударып,техникалық қызмет көрсете алатын роботтарды жасау үшін көптеген шешімдер қабылдануда.Қызмет көрсету саласында робот-аспаздар тазалау процедураларын орындайды,ол өнеркәсіптік жуғыш заттарға және қысымға төзімді.Туризм саласында роботтардың болуы күннен-күнге артып келеді.Туристік орындарда,қоғамдық орындарда,қонақүйлерде,круиздік кемелерде,туристік агенттіктерде,әуежайларда,мұражайларда,тақырыптық саябақтарда,конгресс және жәрмеңке ұйымдарында,мейрамханаларда робот қызметкерлері,қызмет көрсету процесіне көбірек тартылуда.Күн сайын саны артып келеді.Соңғы жылдары роботтарды кәсіптік қай саласында болсын қолдану кең таралғаны байқалады.Бұл тұрғыда қызметкерлерге робот қызметкерлердің болуы,олардың маңызы мен артықшылықтарын түсіндірілу қажет.Туризм факульттерінде осындай тренингтер өткізіліп,болашақ туризм саласының қызметкерлерінің әлемде білім алуына мүмкіндіктер ашылады.Бұл қазірге таңда ғалымдардың туризм саласына жасап отырған нақты болжамы.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1.Алтиш(2016 жыл,25 маусым) Мейрамхана роботтары:Қызмет көрсету жұмыстары тарих болып табылады. <https://altish3.rssing.com/chan-71370889/article2.html>
2. Барнетт, В., Фоос, А., Грубер, Т., Килинг, Д., Килинг, К. және Наср, Л. (2014). Интерактивті сервистік роботтарды тұтынушылардың қабылдауы: басым құндылық логикалық көзқарас. Робот пен IEEE 23-ші халықаралық симпозиумы адамның интерактивті қарым-қатынасы, Эдинбург, Ұлыбритания, б. 1134-1139 жж. <https://doi.org/10.1109/ROMAN.2014.6926404>.
3. Belanche,D., Casalo, L., V. and Flavián, C. (2020). Туризмдегі алдыңғы қатарлы роботтар және қонақжайлылық: Қызметті жақсарту немесе шығындарды азайту? 1-16. doi:<https://doi.org/10.1007/s12525-020-00432>
4. Бозқұрт Ұзан, Ш. және Sevimli, Y. (2020). Гастрономиядағы роботты қолдану және жасанды интеллект. Туризм және рекреация, 2(2), 46-58. Бучак, Т. және Йигит, С. (2020).
5. Бучак, Т. және Йигит, С. (2020). Аспаз мамандығы мен тағамның болашағы Ковид-19 індетінен кейінгі сусындар секторы: Түріктердің пікірлері аспаздар Халықаралық қонақжайлылықты басқару журналы, 92

ҚАЗІРГІ ӘЛЕМДЕ ЖАҢА ТУРИСТІК МАРШРУТТАРДЫ ӘЗІРЛЕУДІҢ ӨЗЕКТІЛІГІ

Юсупханов Медет Абдухалиқұлы

Ғылыми жетекші: магистр, аға оқытушы Калкабаев А.М.

«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме. Актуальность разработки новых туристских маршрутов в современном мире. В условиях изменяющихся туристских запросов и рыночных трендов, создание уникальных туристских маршрутов становится ключевым элементом развития туризма. Это способствует привлечению новых туристов, разнообразию опций для путешественников и способствует экономическому росту регионов. Разработка новых маршрутов также способствует сохранению природных и культурных ресурсов и стимулирует сотрудничество между государствами и регионами. Таким образом, создание новых туристических маршрутов остается актуальной и стратегически важной задачей в современном мире.

Summary. The relevance of developing new tourist routes in the modern world. In the context of changing tourist demands and market trends, the creation of unique tourist routes is becoming a key element of tourism development. This helps attract new tourists, provide a variety of options for travelers and contributes to the economic growth of the regions. The development of new routes also promotes the conservation of natural and cultural resources and stimulates cooperation between states and regions. Thus, the creation of new tourist routes remains a relevant and strategically important task in the modern world.

Туризм өкілдері қазіргі әлемде жаңа жерлерге жол ашуда жана маршруттарды әзірлеу мәселесімен бір уақыттан бұрын айырылды. Сондай-ақ, туризм саяхаттарының дамуы мен жеткізуі тыңдары жасалған көбі жаңа жерлерді үмітті танытуға үшін жаңа маршруттарды әзірлеу қажет болды. Бұл процесті әзірлеу туралы оқиғалар мен үміткерліктердің бірі болып қарасты.

Туристік маршруттарды әзірлеу қажетті жұмыс істеу мен туристік кеңес білдіруді себепті тұруға себеп болуда. Осы маршруттарды әзірлеу процесінде көрсетілген жеткізулер мен мақсаттар бойынша болмаса, туралы мен жерге арналған таңдау мен тарату іс-шараларының маңызы көптеген.

Туризм өкілдері жаңа маршрут әзірлеу процесінде бірнеше кейбір маңызды аспектілерді ұмытпай отырып, оларды нығайту үшін жеңілдіктер мен мүмкіндіктерді қолдануы керек. Мысалы, өзгертілген транспорт жұмысы, ұйымдастыру және басқалар. Маршруттар әзірленгенде, саяхатшыларды жерге жеткізу және жерлерді тарату процестері тиіс. Бұл адамдардың жерге келуі, орнына баруы мен саяхаттарды жеңілдету үшін оқиғалар мен көмектерді қамтамасыз ету жолдарын анықтау арқылы жүзеге асырылады [1].

Туристік маршруттарды әзірлеу алдыңғы жерді ашуымен бас болмаса, саяхатшыларға түрлі тақырыптарды жылжыту мүмкіндіктерін ұсынады. Мысалы, бұлар мәдени мұражайлар, аттракциондар, тұрақтар, мұсабақтар, көрме тақырыптар мен т. б.

Туристік маршруттарды әзірлеу процесінің өзектілігі болашақта туризм саласының дамуын жаттатуға мүмкіндіктер ұсыну жолдарын ашады. Оның

үлгісінде саяхатшылардың үлкен тірі жайылымдары жасалуы, қазіргі әлемдегі туризм жарияларын жасау мен кешендіруді жеделдету керек.

Болашақтағы туризм маршруттарының әзірлеуі жаңа мақсаттарды бекіту мен жүзеге асыруды міндетті тараптарға ұсыну арқылы жасалады. Олардың алғашқы мақсаттары асадан жету мен туризмның жүзеге асыру процесін ұстану болып табылады.

Саяхатшыларға арналған жаңа маршруттарды әзірлеу – бұл туризм және туризм саласының жеткізілуі мен дамуы үшін жедел жолдарды ашу жолы болып қаралады. Қазір біз көбі жаңа жерлерді көрген, танымайтын жерлерге баруға дайын болуымыз керек. Туризм маршруттарының жасалуы мен жасалуы керек. Туризм саласының жеткізілуі жаңа туралы мақсаттарды жасау жолымен жеткізіледі [2].

Туризмнің қазіргі әлемде бірнеше жаңа тенденциялары бар. Олардың бірі - экологиялық туризм. Экологиялық туризмнің басқару жүйесінің мақсаты - жариялықтарды сақтау, өзеге жариялау және табиғи ортаны қорғау. Оған тындаушылар адамдарға жаңа ормандарды, табиғи мемлекеттерді, ормандағы жануарларды жандандыру және табиғи тарихтарды үйрену мүмкіндігін береді.

Әйелдерге арналған туризм де артты. Жігіттер және әйелдердің орасында қайырымды жату жоспары аяқталды. Мисс әйелдерді қолдайтын мекен-жайлар жасау, спорттық жұрттар мен спортшылар үшін жаңа мекендер жасау немесе сіздің алдында жаңа жерлерге жету мүмкіндігін береді.

Танымал жерлерге арналған туризм қазір мәжбүрлі танымал жерлерге жету мүмкіндігін береді. Жұмысшылар мен студенттер қайтыс бір мектепке бару, білім алу немесе техникалық-технологиялық заңнаманы үйрену мүмкіндігін білмейді. Жаңа танымал жерлерге жету олардың қиындықтарын азайтады және олардың өміріне ақша жасауға көмектеседі.

Тарихи-мәдениеттік туризм қазір қазіргі күндерде оңтай жетуі жылдамайды. Мамандандырылған гидтердің көмегімен туристтерді сыртқа жасау мүмкіндігін білу керек. Тарихи мемлекеттерді және мәдениеттерді тану жолында өзектіліктер мен кеңестер бар.

Жоғары сапасыны таңдау қажет. Қазіргі әлемде туристтердің өмірі күндерге жатады, сонда бір-бірімен үйлесім келтіру мүмкіндігін жасау керек. Өзіренген туристік маршруттардың аяқталуы мамандандырылған гидтерді жасау, мемлекеттерге, жерге жаңа инфрақұрылымдар жасау арқылы жасалуы мүмкін.

Сондай-ақ, мемлекеттік органдар мен туристік компанияларды туристік маршруттарды әзірлеуді жеделдетудің маңызды рөлі бар. Осы маңызды органдар туристтерге көмек көрсету мүмкіндігін береді, туралы кеңес береді және сараптама жасайды [3].

Сізге жаңа туристік маршрутты жасау жолында дайындаушы болу мүмкін. Сіздің жерге жаңа туристік маршруттарды әзірлеуіңіз адамдарды жаңалығына келтіре алады және орыс-қазақ туралы қоғамдастықты дамытуға көмек көрсетеді. Ал екі жанары келесі дайындаларды жасау үшін мемлекеттік қолдау жасау керек. Бұл, ұсыну, осы туралы халықты талдап жату және

мемлекеттік туризм үйінің жеткізілуіні талап етеді.

Жаңа туристік маршруттарды әзірлеу қазіргі әлемде туризмнің басқа маңызды бетіні тиісіздікке келтіреді. Бұл жол туризмге үйрену, жаңалық жасау мен мемлекеттердің қоғамдастықты кеңестету мүмкіндігін береді.

Сонымен қатар, жаңалықтарды жасау үшін туризмнің өзектіліктері мен сапасын жақсарту керек. Жаңалықтарды жасау үшін қазір көмектер мен алдыңғылардың көмегімен бірге кездесіп, мемлекеттер мен местерліктер арасында қоғамдастықты кеңестету керек. Әлеуметтік қоғам, туризм компаниялары мен туристтер де туризмнің жаңалықтарын жасау мен өзгерту үшін қатысу керек [4].

Төменде туризмді жылжыту саласындағы кейбір жаңалықтар тізімі берілген:

1. Жаңа туристік маршруттарды әзірлеу. Тәуелсіздік саябағынан тарихи мемлекеттерге дейін жаңа туристік маршруттарды әзірлеу. Олар өзінің жасалуы және байланыс туризмнің болашағын жасауға көмек көрсетеді.

2. Мемлекеттік қолдау. Мемлекет органдары, мемлекеттік туризм үйілері мен мемлекеттераралық ұсыныстар мекемелері жаңа жағдайларға сай көмек көрсетуі маңызды. Осы аудандар туристтердің жаңа туристік маршруттарды қолдайтын жатады, алайда туризм бағыты мен бағасын жоюға көмек көрсету маңызды.

3. Айырбастауға жататын тіпті жерлерді тіркеу. Жерлік туралы ақпаратты жасау, жерге жаңа мемлекеттерге жату кезінде азаптау үшін туристтерге айырбастау беру керек. Бұл орындардың дайындықтары мен амандасулары жаңартылады.

4. Танымалдардың жаңа талдарын қалыптастыру. Танымал мекен-жайларды жаңа туристтерге алға тарту және оларға танымал мәдениеттер мен дәстүрлерді жасау. Әйелдерге арналған мекен-жайлар мен жерлерді жасау бойынша жаттығуларды жасау.

5. Ұйымдастыру мен жарнама ишінің жасалуы. Жаңа туристік маршруттарды рекламалау және оларды туралы табыс қолдану мәселелерін ұйымдастыру маңызды. Отырықты реклама көмек алу мүмкіндігін береді және оларды байланыс туризмнің дамуына көмектеседі.

Жаңа туристік маршруттарды жасау маңызды мамандандыру мен көмектер арқылы болады. Туристтерге қоғамдастық жасау, тарихи-мәдениеттік білім алу жолында көмек көрсету маңызды. Осы жолда жаңа танымал жерлерді туристтерге жүргізу мүмкін және туризмнің мамандандырылған саласын дамытуға көмек көрсету маңызды.

Жаңа туристік маршруттарды жасау бойынша кейбір тақырыптар бар:

1. Туризм инфрақұрылымдарын дамыту. Жаңа туристік маршруттарды қабылдау үшін туризм инфрақұрылымдарын дайындау және оларды дамыту маңызды. Қонақ үйлері, гостиницалар, арнайы белгілер мен табиғи көріністерді жаңарту маңызды.

2. Жаңа қызметтерді жасау. Туризмді дамыту үшін жаңа қызметтерді жасау маңызды. Орындық дайындама, білеттер, қазақстандық бастауыш

медицина қызметтері және ұшу қызметтерін жасау.

3. Қала-қалалар арасындағы байланысты қару. Таңдаулы туристік маршруттарды жасау үшін қала-қалалар арасындағы байланысты кеңестер мен байланысты туралы жұмыс істеу маңызды. Бұл алғашқы туристтерге кеңес беру мен оларды байланыс туризмнің аспаптарын тану кезінде жоғары қоғамдастықты дамытуға көмектеседі.

4. Санитарлық жағдайды жаңарту. Туризмнің дамуымен қамту керек, болатын санитарлық қағидалардың сараптамасын жасау және оларды ұйымдастыру маңызды. Туристтерді ұшырау, тамақ жасау және даму туралы санитарлық тақырыптарды толтыру маңызды.

5. Туризм үйінің ұсыну жұмысын жасау. Ұйымдастырушылар үшін туризм үйінің ұсыну қызметтерін өсіру және олардың қоғамдастықты дамытуын жеделдету маңызды. Ұсыну кеңістері мен ұсынуларды таныту мен қолдау көмек көрсету маңызды [3].

Сондай-ақ, таңдаулы жаңа туристік маршруттарды жасау бойынша жастар мен студенттерді қосу, жылдам туризм байланысын ұсыну және туризм үйілерін жасау мен ұйымдастыру жаттығу жолымен туралы кеңес алу маңызды. Бұл жолдар туризмнің дамуына көмектеседі және жаңа жерлерге жату мүмкіндігін ашар.

Осылайша "Қазіргі әлемде жаңа туристік маршруттарды әзірлеудің өзектілігі" тақырыбын жүзеге асырып айтып, туризмнің өзектілігіне байланысты осы кейбір ұсыныстар ерекшелген:

1. Туристтерге жаңа, танымал, жасырын жерлерге жату, жаңа мемлекеттерді тану, жаңа адамдармен кездесу жолында маңызды.

2. Екіге ару кейбір таңдаулы құжаттарды жасау арқылы таңдаулы туристік маршруттарды әзірлеу мүмкін.

3. Туризмнің жаңа жағдайларын шешу үшін мемлекеттік органдар, местерліктер мен туризм компаниялары арасында қоғамдастықты кеңестету керек.

4. Сапалы қызметтерді жасау, танымал мекен-жайлар мен жерлерді туристтерге алға тарту, тарихи-мәдениеттік білім алу жолында жұмыс істеу, орналасу, рекламалау, жаңа инфрақұрылымдарды дайындау және санитарлық жағдайды жаңарту маңызды.

Бұл ұсыныстарды жасау бойынша мемлекеттік органдар, туризм компаниялары, ұсыну кеңістері мен жерге жаңа туристік маршруттарды жасауға тырысу керек. Туристтерге кездесу, көмек көрсету және жаңа жерлерді туристтерге жату туралы көмек көрсетуі мемлекеттік органдардың жаңарту жолындағы маңызды рөліні орнатады.

Пайдаланылған әдебиет тізімі:

1. Саипов А. А. Қазақстандағы туризмнің теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2019 ж.
2. Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. Изд-во «ЛЕМ». - Алматы, 2012.
3. Журнал «Discovery Kazakhstan», 2021 г.

THE EFFECTS OF CONSUMER BEHAVIOUR ON DECISION – MAKING IN TOURISM

Alijanov N.

Western Caspian University, Baku, Azerbaijan

Summary: At every stage of both personal and professional lives, people are constantly required to make decisions. A decision reflects past behavior and its influential consequences on the future. The foundation of all research related to decision-making about the future is formed by making decisions. The future is full of uncertainties. The decision-maker estimates the conditions of the future today. Based on this estimation, the decision-maker can make correct decisions by eliminating uncertainty. In this research, service sector employees and marketing strategists may influence consumer decisions.

The tourism industry, a multifaceted sector intertwining culture, economy, and human behavior, stands as a testament to the intricate relationship between consumers and their choices. In recent decades, understanding consumer behavior and its influence on decision-making has become pivotal for stakeholders in the tourism domain. This study aims to explore the nuanced interplay between consumer behavior and decision-making processes, unraveling the intricate tapestry that shapes the choices of individuals in the realm of tourism. Tourism, often regarded as a mere journey from one place to another, is, in reality, a rich tapestry of experiences that transcends geographical boundaries. It encompasses more than just the physical act of traveling; it encapsulates the exploration of cultures, the discovery of landscapes, and the forging of connections that transcend borders. Understanding the essence and significance of tourism requires delving into the multifaceted facets that make it a cornerstone of human experience.

1. The current state of tourism in the world. The tourism industry, a multifaceted sector intertwining culture, economy, and human behavior, stands as a testament to the intricate relationship between consumers and their choices. In recent decades, understanding consumer behavior and its influence on decision-making has become pivotal for stakeholders in the tourism domain. This study aims to explore the nuanced interplay between consumer behavior and decision-making processes, unraveling the intricate tapestry that shapes the choices of individuals in the realm of tourism. Tourism is developing every year, and the number of people applying for tourism increases annually. According to the information provided by UNWTO, in 2022, there were 969 million tourism applications. This is a significant figure. People have always had an interest in rest and exploration. Every year, the desire of individuals to visit new vacation spots and travel to different countries is indispensable. In comparison to previous years, the increase in tourist departures in 2022 is noteworthy. This increase varies for each country and region. Just as there is a different distribution of tourism for each region, consumer behavior also varies in every region. Consumer behaviors significantly impact tourism, directing towards different directions. Alongside individuals having different needs, they also have distinct preferences.

2. Consumer behaviour in tourism. Production activity, which starts from natural resources, has flourished over time, and the quality and quantity of the produced goods and services have increased. The direct connection between production and consumption is unquestionable. Therefore, an economy without consumers is inconceivable. Consumer behavior is a subject of great importance for the economy and marketing. A consumer is an individual or a family member who obtains or plans to obtain services and goods to satisfy their personal needs and to sustain their life (Nicosia, 1996). The increasing desire for travel among people is evident every year. The increase in consumer demand contributes to the diversification of tourism services. Service sector stakeholders must make choices and decisions based on consumer preferences. Various behaviors influence the consumer's decision-making process at the moment of choice. Behavior is an image that reflects the response to information accepted by the brain. Our brain evaluates, interprets, and responds to incoming information. This response, reaching our muscles, results in behavior. Any observable condition is called behavior (Özakkash 2004). Consumer behavior, as a subset of human behavior, encompasses the sum of the consumer's behaviors when purchasing products and services, especially economic products and services, as well as their behaviors after purchase. The decision-maker determines what, from whom, how, when, and how much to purchase. Decision is a form of activity that creates events of the future, the results of which are unknown. Perhaps, a decision is a movement directed towards the future and is directly related to behavior. The emergence of global markets, the increase in product alternatives, and the faster promotion activities of retail sales channels make consumer decision-making increasingly challenging (Wals 2001).

The factors influencing potential consumers at the decision-making moment have been shaped based on research findings. Comments from other consumers have been found to be influential to potential consumers at the decision-making moment and are accepted as a reference (Göral, 2015). For example, in 2012, more than 1700 reviews were collected by TripAdvisor, and according to a study conducted with participants, 64% of the participants were influenced in making their vacation plans based on these reviews (Civelek, 2013).

Potential consumer comments are considered as expert opinions. E-comments are crucial as references for results and evaluations. In this sense, e-comments as an information source appear more credible to consumers than information from advertising and other marketing tools. Published consumer reviews guide consumers as an information source on websites for this purpose. For instance, international platforms related to tourism and travel, such as TripAdvisor and Booking.com, provide independent choices for consumers when selecting objects (Göral, 2015).

Trust established with customers whose future capital is taken into account by institutions (İnce and Özbozkurt, 2019) is important in terms of relationships and beliefs between online sellers and e-customers in e-commerce where information systems are used. In addition, the perception of security formed by consumers in maintaining contact with real sellers, purchasing real products, making secure

payments, and obtaining the product seen in advertising plays a significant role in the online shopping process for e-customers.

The study on customer behavior in decision-making within the context of tourism reveals several critical factors that significantly influence how individuals make choices in their travel plans. The literature emphasizes the importance of online reviews and comments, particularly on platforms such as TripAdvisor and Booking.com, in shaping potential consumers' perceptions and decisions. These reviews are not merely personal opinions but are often considered as expert recommendations, playing a pivotal role in guiding consumers who seek authentic and reliable information for trip planning. Moreover, trust emerges as a key element in the relationship between consumers and tourism institutions. Establishing trust is vital for future engagements and capital considerations. In the realm of e-commerce, where information systems play a central role, trust is seen as a crucial factor for both online sellers and e-customers. The concept of security in online transactions also holds significance. Consumers' perceptions of security, including maintaining contact with real sellers, making secure payments, and obtaining products as advertised, significantly influence their decision to engage in online shopping, particularly in the tourism sector. The findings underscore the dynamic nature of customer behavior in the tourism industry and highlight the critical role of online reviews, trust-building, and security perceptions in shaping consumer decisions. Understanding and adapting to these factors are crucial for businesses and institutions in the tourism sector to meet the evolving needs and preferences of consumers. Future research should continue exploring new dimensions of customer behavior to provide insights that contribute to the industry's ability to adapt to changing trends effectively.

References:

1. UNWTO - www.unwto.org
2. NICOSIA, F.M. (1996). *Consumer Decision Process*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall
3. Göral, R. (2015). E-WOM'A dayali çok kriterli karar verme teknikleri ile en uygun otelin belirlenmesi ve bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 1-17.
4. ÖZAKKAŞ., T, 2004, "Bütüncül Psikoterapi", Litera Yayın., İstanbul
5. Walsh, G., Mitchell, V.-W. & Hennig-Thurau, T. (2001). German consumer decision-making styles. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 73–95. doi:10.1111/j.1745-6606.2001.tb00103.x
6. Civelek, M., & Dalgın, T. (2013). Turizm pazarlamasında sosyal medya, turizm işletmeleri üzerine bir araştırma: Muğla örneği. 14. Ulusal Turizm Kongresi, 266-282.

UDC 338.48

ECOTOURISM AS AN INTEGRAL PART OF SUSTAINABLE TOURISM

Galimova V.R.

Miras University, Shymkent, Republic of Kazakhstan

Резюме: В статье представлены материалы, освещающие тенденции развития в Казахстане не просто туризма, но и различных его видов. Показаны различия и сходства, а

иногда и единства всех его видов. Отмечено положительное влияние устойчивого туризма на развитие и сохранение природных ресурсов, памятников природы и культуры, которыми на сегодняшний день обладает Казахстан. А также влияние на экономику и, следовательно, заинтересованность в этом государства. Рассмотрены понятия термина: "устойчивый туризм" и "экологический" и определено различие понятий терминов "устойчивый туризм" и "экологический".

Түйін: Мақалада Қазақстандағы туризмнің ғана емес, оның әртүрлі түрлерінің даму тенденцияларын көрсететін материалдар ұсынылған. Оның барлық түрлерінің айырмашылықтары мен ұқсастықтары, кейде бірлігі көрсетілген. Тұрақты туризмнің Қазақстан иеленіп отырған табиғи ресурстарды, табиғат және мәдениет ескерткіштерін дамытуға және сақтауға оң әсері атап өтілді. Сондай-ақ экономикаға әсер ету, демек, мемлекеттің оған деген қызығушылығы. "тұрақты туризм" және "экологиялық" терминдерінің ұғымдары және "тұрақты туризм" және "экологиялық"терминдерінің арасындағы айырмашылық қарастырылады.

Most often, people by their very nature try to see the unreleased and touch the beautiful. Ecotourism plays a huge role in this. And it is ecotourism that can offer a combination of environmental and cultural security, raise awareness of the local population about the value and importance of preserving the natural and cultural environment and assistance in economic development.

Ecotourism is focused on local cultures, adventures, for example, in the desert or river rafting, fishing, hunting. But there is an opinion that ecotourism is an integral part of sustainable tourism. Sustainable tourism comprises three indicators:

1. Quality - tourism should influence the quality of life for all participants in the tourism process;
2. Optimality - the exploitation of natural resources must be optimal and ensure their restoration;
3. Balance - the distribution of benefits between participants in the tourism process should be fair.

But there is a widespread opinion that ecotourism is an integral part of sustainable tourism. Like ecotourism, sustainable tourism also includes three indicators: quality, optimality, and balance.

Ecotourism is a special part of the tourism industry, which provides for the observance of certain principles in human activities. These principles are aimed at the sustainable development of society, minimizing the impact on nature, and promoting environmental and cultural awareness. The main goals of ecotourism are: environmental education, improving the culture of human relations with nature, developing ethical norms of behavior in the natural environment, fostering a sense of personal responsibility for the fate of nature and its individual elements (plants, animals, landscape), as well as restoring spiritual and physical human strength, ensuring proper recreation in the natural environment.

Ecotourism is currently a priority industry in Kazakhstan and contributes to the sustainable development of the country's economy. One of the directions of ecotourism is "sustainable tourism" - tourism that fully takes into account its current and future economic, social and environmental consequences while meeting the needs of tourists in the tourism industry, the environment and host communities.

Sustainable tourism is obtained when three segments combine and work effectively: the socio-cultural sphere, ecology, and economy. To create a truly sustainable business, you need to start with yourself, that is, your own office must meet modern standards (design, equipment with necessary equipment), and a decent salary for employees.

The next condition is travel products and supply chain (selection of suppliers and products offered to users). The third condition is social initiatives (support of the local population, cleaning of the beach by campaign staff). All of this should work together.

Sustainable tourism is the youngest type of environmentally friendly tourism. The ecological side of sustainable tourism, first of all, provides for the proper use of resources - water, electricity, food, waste disposal.

Today, "green" technologies are being actively implemented in many sectors of the economy, including in the field of tourism and hospitality. Being an eco-hotel is not only modern, but also profitable, as advanced technologies can significantly reduce costs.

Sustainable development is a method of work in which the satisfaction of any needs of current generations is carried out without prejudice to future ones. Sustainable development also includes ecotourism – "green" or "soft".

Ecotourism is a responsible journey into natural areas with the opportunity to enjoy their biodiversity and beauty.

Caring for and protecting people and the environment is an integral part of the modern tourism industry. Every year, there are more and more tourists choosing a more environmentally friendly and safe vacation for the natural environment. Many of the largest tour operators today strive to comply with environmental regulations, as awards for merits in the field of environmental protection are often a determining factor in increasing the sales level of travel companies.

The use of environmental innovations in the tourism and hospitality business is considered beneficial, as it creates certain competitive advantages for the tour operator, because tourists (especially from Europe) will prefer hotels, camp sites that use modern technologies that reduce environmental harm. If tourists are satisfied with the conditions of their vacation, they will recommend these vacation spots to their friends and acquaintances, and this will be a free advertisement for the tour operator itself.

The use of environmental innovations today is not a whim, but a necessity not only for successful operation, but also for the survival of the hotel in a toughening competition.

The introduction of "green" technologies into the operation of hotels and restaurants is necessary today, as consumers make it clear that they are willing to pay for "clean" tourism. Therefore, the pursuit of environmental friendliness in tourism is advisable both in terms of caring for the environment and in terms of obtaining economic benefits [1].

A significant role in the formation of environmental tourism is played by the formation of an ecological worldview not only of tourists, but also of the population

of the region. It is necessary to realize the attractiveness of the natural landscape, its ecological and aesthetic value, as this can increase economic benefits, it is necessary to ensure its protection and careful treatment of natural resources. The local population should understand that the irresponsible use of these natural resources will lead to the disappearance of uniqueness and, as a result, reduce the attractiveness of this region, leaving it outside the sphere of attention as an object beneficial for tourism. This should encourage the population to take a careful and rational attitude towards natural resources.

Ecotourism differs from beach, cultural, and historical tourism. Therefore, a regional approach to its development is not applicable, since this would only ensure the preservation of tourism facilities in this region. Therefore, the concept should be defined as a mandatory provision and a general approach to the development of tourism in general. "Green tourism" will develop when tourists and organizers strictly follow the rules of ecotourism, when all ecological routes will be checked and classified into tourism categories, special routes and ecotourises that must be protected from mass tourism.

Eco-tourism is a factor for the protection, restoration and rational use of natural resources and cultural and historical values. On the one hand, tourists, traveling, strive to see and learn new, interesting, useful things. On the other hand, tourism, both domestic and outbound, contributes to the protection and restoration of the country's national wealth through financial injections from tourism, as well as the restoration of historical monuments, the creation of national parks, the protection of forests, reserves and reservoirs.

In Kazakhstan, the development of tourism is one of the priority areas of the economy. Today, the government sets the task of creating a competitive tourism industry to ensure stable income growth and employment in the field of hospitality and tourism by increasing the growth of inbound and outbound tourism. Eco-tourism also contributes to the development of rural entrepreneurship, small and medium-sized businesses [2, pp. 127-129.].

The main feature of ecotourism is the preservation of biodiversity and ecosystems when visiting natural areas, it also allows you to create such economic conditions in which nature conservation becomes beneficial for local regions.

The analysis of Kazakhstan's natural resources has identified the following signs of the development of sustainable tourism: favorable climatic conditions, recreation opportunities, a variety of flora and fauna, the presence of cultural and natural monuments, environmental friendliness. However, the analysis of "sustainable tourism" also showed a weak pace of development of international inbound tourism in Kazakhstan.

In Kazakhstan, as in other CIS countries in general, the term "sustainable tourism" is not appreciated, therefore it is almost unknown to many. There are also similar terms: "responsible tourism", "soft tourism", "natural tourism", "ecotourism", "green tourism", "moral tourism", which are often interconnected, therefore the distinction that previously existed between them is becoming more blurred. A more

widespread opinion defines ecotourism as an integral part of sustainable tourism, since the purpose of these types of tourism is quality, optimality, balance.

In this article, sustainable tourism is not a type of tourism, but a type that combines various types of tourism related to the use of natural places, parks, and protected areas. These qualities have the character of sustainable tourism, the combination of which ensures quality and optimal balance.

Sustainable tourism is a goal that needs to be developed in any type of tourism, despite the rarity of its achievement. Sustainable tourism meets the needs of the population, without excluding the opportunity for future generations to fulfill their own needs. Sustainable tourism provides for greater social responsibility, fulfillment of obligations towards nature, as well as the participation of local residents in all processes related to the management of tourism activities. Sustainable tourism has its own characteristics:

1. Assistance in protection and preservation;
2. Assistance in creating jobs and additional income for the local community;
3. Promote knowledge and awareness of local culture;
4. Training of tourists in order to increase their awareness of sustainable development issues and promote sustainable tourism practices.

The following sustainable tourism features can be added:

1. Maximum use of "green" technologies in their processes ("green energy", "green food", "green house", etc.);
2. The direction of promoting ecology and environmental conservation, since, unlike mass tourism, it is personalized;
3. Constant impact on the nature of a person's perception of the necessary preventive and/or corrective measures, if necessary.

Violation of these rules and functions leads to a decline in ecotourism and the product life cycle. The distortion also occurs due to the transformation of the ideas of sustainable tourism into an ordinary tourist product of mass consumption. Therefore, sustainable tourism can be ensured through the development of eco-tourism, which can develop both outside national parks and in areas specially designated for tourists in national parks, since, according to the WTO definition, this is a responsible journey into natural areas that promotes nature protection and improves the well-being of the local population.

"Environmental sustainability" is aimed at the overall viability and health of ecological systems. Depletion of natural resources, pollution and loss of biodiversity are harmful, as they increase vulnerability, undermine the health of the system and reduce sustainability. The promotion of sustainable tourism methods related to the management of tourist sites by local residents or the community was noted. This form of tourism is based on convincing people living near the resource to actively contribute to its protection. This means that tourism activities and businesses are developed and managed by local communities and necessarily with their consent and support.

Sustainable tourism usually involves the conservation of resources and investments for these purposes. Local residents run businesses and are responsible for

using local knowledge to promote messages about protecting their environment. Sustainable tourism is where tourists can enjoy the holiday while respecting the culture of the people and the environment. The environment is very badly damaged by tourists, and the goal of sustainable tourism is to ensure that the destruction does not continue.

Kazakhstan has all the prerequisites for the development of "green" tourism. The total area of the country's specially protected natural territories is 26 million hectares, which is ten times more than in a number of countries with well-developed ecotourism. And although Kazakhstan ranks 87th in the list of the best countries in terms of the number of national parks and biodiversity, despite this, the country has all the prerequisites for the development of "green" tourism due to the huge natural territories, the uniqueness of flora and fauna, natural monuments and sites with UNESCO World Heritage Status.

Ecotourism in Kazakhstan, its innovative approaches related to the creation of ecoparks, will become real levers for stabilizing the tourist market, the attractiveness of the republic for foreign tourists and investors, the development of ecological culture, education and science [3, pp.79-88].

The article examines the trends in the development of ecotourism and its impact on the environment. Thus, it is possible to state the interest of the state in the development of tourism in general, as well as its individual types: ecotourism, sustainable tourism, soft, "green".

References:

1. Савичев А.У. Казахстана большой туристский потенциал. -URL: <http://kapital.kz/expert/>.
2. Байжанова Ш. Природные ресурсы экологического туризма в Казахстане // Бюллетень Национальной академии наук Республики Казахстан. 2007. № 6. С. 127–129.
3. Уахитова Г.Б. Туристский потенциал Республики Казахстан // Вестник Евразийского гуманитарного института, - № 1. - С.79-88.

UDC 338.48

THE POTENTIAL OF RURAL TOURISM AND ITS ROLE IN THE MODERNIZATION OF KAZAKHSTAN

Talabayeva E. E., Makambayeva N. H., Yusupov N.
Miras University, Shymkent, Republic of Kazakhstan

Резюме: Актуальность работы заключается в том, что обыденная, городская жизнь периодически изнуряет человека и в такие моменты требуется перезагрузка души и тела вдали от городских местностей.

Түйін: жұмыстың өзектілігі мынада: күнделікті, қалалық өмір мезгіл-мезгіл адамды әлсіретеді және мұндай сәттерде жан мен денені қалалық жерлерден алыс жерде қайта жүктеу қажет.

Being a resident of Kazakhstan throughout my life, it turned out to be quite an interesting moment to study and dig deeper into the topic of rural tourism in our region. Our endless steppes, which are breathtaking, traditions that have been passed down from time immemorial, but unfortunately do not gain their former popularity, natural national attractions that can attract a stream of tourists, and finally Kazakh hospitality, which is famous with great dignity, are excellent ready-made resources, with proper use of which rural tourism can be taken to a new level.

Agricultural tourism is a relatively young direction of tourism and has been spreading in Kazakhstan since recent times and is not a popular type of recreation for both local residents and foreign tourists. According to experts, the development of agrotourism in Kazakhstan began approximately in the early 2000s. During this time, a strong potential was revealed in the development of this area and prospects at the international level. Like everything else in the world, I believe that for the development of any industry in the country, first of all, it is necessary to understand the importance of developing a certain industry on a spiritual level. It's no secret that our current world is in some sense a victim of modernity and sometimes you need a rest in a muffled city life and all kinds of gadgets, just you, your family and nature. At the same time, without causing environmental harm to the environment. Considering all these facts, rural tourism is an ideal option for a current vacation. One of its main advantages is also assistance in the form of work for residents over the working age, as they have a pleasant opportunity to show tourists their worldview, a corner of history and culture, while earning money through honest work.

Of course, European countries such as the Czech Republic, Italy, Switzerland, Hungary, and the United Kingdom occupy the first places in the rankings in terms of the level of development of agrotourism. At the initiative of the Council of Europe, the European Federation for the Development of Rural Tourism was established and it includes 24 countries. Agrotourism is a fairly stable income. In the EU countries, it brings in approximately 20-25% of the total income of the tourism industry, and of course this figure increases annually.

In the countries of the Soviet Union, agrotourism is just beginning to gain momentum and popularity. Let's give a good example: on the eve of EXPO-2017, as part of an information tour, a specialized group of tour operators from China and Russia visited Atyrau region. The guests visited the unique breeding farm "Saraishyk", where they keep a huge number of goats, and also produce high-quality products from pure goat milk. This complex has no similar analogues in other territories of our country and is a unique project. The guests were shown absolutely all the processes of production of local dairy products.

And also another example that can be given is the brand of Altai honey in VK (East Kazakhstan). In the Glubokiv district, it is planned to open a tasting room for exclusive honey wines on the basis of an enterprise for packaging honey and bee products. Today, Altai Honey, which is a Kazakhstani trademark, is becoming a fan of countries located in the near and far abroad. The Altai Honey brand is sold not only in Kazakhstan, but is also exported abroad. For example, these products have won the hearts of Russia, the USA, Mongolia, the UAE, China and other countries.

The first batch of honey was exported to the United States in 2019, won the hearts of Brooklynites, and subsequently a contract was signed for the production of honey in the amount of 125 tons. But the People's Republic of China (People's Republic of China) turned out to be an ardent lover of this variety of honey. In 2018, specialists of the quarantine inspection of China conducted an inspection with the participation and assistance of the agro-industrial complex of the Chamber of Entrepreneurs of the East Kazakhstan region, the Ministry of Agriculture of the Republic of Kazakhstan, where it is no secret to anyone, the strictest conditions and requirements for imported goods. The inspection covered every link of this work, every department, working conditions and even ways of supplying honey. The inspection was completed successfully, and this company has earned an exporter's license and an international certificate for the export of bee products to China. Despite the fact that China is a major exporter of honey, they want to see our domestic honey on their market. Since the Chinese people highly value clean products and see that conditions exist as such, they themselves become initiators and create the necessary conditions for further improvement. This was the reason for their free provision of apartments for employees to live in, buildings for production, as well as the placement of a processing plant in their border area.

As previously mentioned, agrotourism is an excellent income for farmers and rural residents. Residents of Yenbekshi district, Almaty region did not miss the opportunity either. The Fauna farm, which is famous for growing ostriches in the village of Aimen, has gained quite good popularity. Visiting tourists have a great opportunity to observe the courtship of ostriches, participate in excursions around the farm, taste dishes made from ostrich meat, sweet dishes from their eggs, and also get pleasant souvenirs in the form of ostrich feathers.

Now I would like to analyze in more depth the communities of tourist activity in our country. Take, for example, KTA - Kazakhstan Tourism Association, a non-profit organization that was founded in 1999 with the support of the first President of the Republic of Kazakhstan and to this day makes an irreplaceable contribution to the development of rural tourism in our country. The members of this community are: travel agents and tour operators, insurance companies, airlines, professional media staff, national parks. The head office is located in Almaty, representative offices in the cities of Taraz, Astana, Aktobe. The main objectives of this association are:

1. Association and joint activities of enterprises and organizations in order to increase the level of professionalism and improve the quality of services;
2. Promotion of the tourism product at the global level;
3. Development of ecological tourism as the main tourist product in Kazakhstan;
4. Professional development of personnel with the help of the KTA training center.

In 2005, KTA, with the financial support of USAID (the United States Agency for International Development) and the Eurasia Foundation, implemented a successful project that opened 11 communities, i.e. 88 guest houses.

Also in 2005, the Ecotourism Information Resource Center (IRCE) was opened and the main goal of this project is to support local communities and constantly provide them with assistance and support in creating a stable income through the development of ecotourism. Ecotourism and Rural tourism are closely linked, as the goal of both is to maximize the preservation and recognition of ancient historical sites and attractions.

Unfortunately, this organization is not funded at a sufficient level, but despite this, it carries out its activities and promotes its products at a decent level on the world-famous Lonely Planet travel guide, produces and distributes booklets in foreign languages at international exhibitions (KITF, WTM) and so on.

In 2017, the KTA project was launched, which lasted until 2020, and was called "Strengthening the potential of business organizations of rural tourism and community-based tourism for inclusive economic development in Central Asia, 2017-2019." The project was supported by the European Center for the Development of Eco and Agrotourism (ESEAT, the Netherlands), financial support was provided by the EU (European Union).

The project was carried out simultaneously in 4 Asian countries: Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan. Special training sessions were held in these regions, which were divided into 3 stages: Prestarted, Basic, Advanced. In March 2018, trainings and trainings were also held in the village of Karabulak, Rayymbek district, Almaty region, which lasted 3 days. The result was obvious: the start of operation of 10 new guest houses.

In Kazakhstan, the tourism sector is coordinated by the Committee of the Tourism Industry of the Ministry of Culture and Sports of the Republic of Kazakhstan. For the intensive development of the tourism sector, on May 31, 2019, a decree was signed on the State Program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025, which also announced the instruction of the Head of State on the development of a State program providing, inter alia, measures regarding rural tourism in specially protected natural territories. The Committee of the Tourism Industry is responsible for the joint-stock company "Kazakh Tourism National Company", which was established on June 14, 2017, and the Non-profit Joint-Stock Company "International University of Tourism and Hospitality". One of the main goals of Kazakh Tourism is the promotion and development of the Kazakh tourism industry, attracting investors and tourists from every corner of the planet, as well as the implementation of the State Tourism Development Program until 2025. The International University of Tourism and Hospitality provides for the maximum implementation of the international model of training in the field of tourism.

Kazakh Tourism is actively negotiating with the media of various foreign countries. For example, in April of this year, a meeting was held with the media from Belgium, Hungary, Germany, France, Israel, Spain and Norway, where the tourism potential of Kazakhstan was presented. Such meetings together with representatives of other countries are of great importance, as it notifies everyone that tourism in our country is functioning and developing, and in the future there will only be more.

Each region of Kazakhstan is famous for its specific attractions, South Kazakhstan does not stay away. Take for example the Tolebi district, where Sayram-Ugamsky is located

Aksu Zhabagaly National Park and Reserve, and these facilities can serve as an excellent opportunity to promote rural tourism, especially for the villages of Tonkeris, Kaskasu, Dikankol. Each of these villages marked the beginning of rural tourism, that is, when visiting these territories, it is already possible to rent horses and take a mini tour of the area itself, and it is also possible to become a guest of local customs and residents.

Kaskasu has long been famous for its nature, guest houses and local flora. The gorge unites eight snow-covered slopes, ideal for the location of a ski resort. According to current data, Kaskasu accommodates the potential of five Shimbulaks. The idea of building a resort was developed in the 70s of the last century, later in the 1990s, the Yugoslav company Energoinvest, commissioned by the Shymkent regional executive Committee, conducted research, the ultimate goal of which was to identify the feasibility of building a tourist and recreational center in Kaskasa.

In the area named Dikankol, the Tau-Samaly ski resort operates, where hotels, sanatoriums, wooden houses, as well as various types of entertainment, such as hunting, horseback riding, are at guests' disposal.

As previously mentioned, the number of visits by tourists to national parks is increasing, and therefore there is a good opportunity to develop nearby rural areas. With the awareness of this fact, there is also an understanding that it is necessary to agitate local villagers, explaining the fact that this will contribute to rural tourism in the country and can serve as a good income. And also to create the necessary resources for a decent meeting of tourists who wish to return to this area more than once. And in the future, to devote considerable budgets and means of communication, ways to attract for the promotion of the studied areas to the Kazakh and international markets.

References:

1. Busby, G. and Rendle, S. (2000) 'The Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism', *Tourism Management*, 21: 635-642.
2. State program of the Russian Federation «Development of culture and tourism for (2013-2020).
3. Federal target program «Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)».
4. *Tourism in a changing world*. Ed. Voskolovych N. Moscow State University, (2010).
5. Demonja, D., Ružić, P., (2010), *Rural tourism in Croatia with Croatian best practice examples and European experiences*, Samobor: Meridijani.
6. Baćac, R., (2010), *Guidelines for the ideal status of rural tourism in Croatia: science fiction or needed reality?* In D. Katica (ed.), 2010, *Proceedings 1st*.
7. *Croatian congress on rural tourism with international participation "Development perspectives of rural tourism"*, Hvar, October 17 – 21, 2007, Zagreb: Hrvatski farmer, pp. 23-26.

ОГЛАВЛЕНИЕ

БИЗНЕС ЖӘНЕ БАСҚАРУ БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ

1	Абдиганиев В.Т., Батырбекова Б.Ө., Туришбекова А.А. БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕП САЛАСЫНДАҒЫ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕР	3
2	Абдигапиров С.К., Караманова А.Б., Пернебаев Р.У. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА: СОЦИАЛЬНОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ, СИЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И ДОСТУПНОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ	6
3	Абдукасова Д. ЖАҢА ЗАМАНДАҒЫ БУХГАЛТЕРИЯ	10
4	Абдукасова Д.А., Амантай Б. Ш., Убаева М. Б. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОБРАБОТКА ПЕРВИЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ В СИСТЕМЕ 1С-БУХГАЛТЕРИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	13
5	Абдулова К.Р., Дүйсенбек М.Н., Қанапия А.Н. ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ	16
6	Абдураимова Н.Е., Чуишбек Ж.С., Мамыр Ғ.Б. УАҚЫТТЫ БАСҚАРУ, КӘСПОРЫННЫҢ АДАМ РЕСУРСТАРЫН ПАЙДАЛАНУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ТӘСІЛІ РЕТІНДЕ	20
7	Абдыкадырова А., Балабаева А. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ВИРТУАЛЬНЫХ КОМАНДАХ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ УДАЛЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И ПЕРСОНАЛОМ	23
8	Абенова Б.Б., Кучарбаева С.М., Трафимова Л.Г. ӘРТҮРЛІ ҰЙЫМДЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ НЫСАНДАҒЫ КӘСПОРЫНДАРДЫҢ ЖАРҒЫЛЫҚ КАПИТАЛЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖӘНЕ ЕСЕПКЕ АЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	27
9	Алдиярова Г.А., Оразмбетова А.М., Жолдыбай А.С. НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	30
10	Алиев Н.А., Мамадияр А.М., Қиянтай Ж.Б. ҰЙЫМДАҒЫ ҚАҚТЫҒЫСТАРДЫ БАСҚАРУ	34
11	Алиева Л.С., Голтаева В.А., Сличенко Д.Д. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ КАЛЬКУЛЯЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ	37
12	Алишер Б.Б., Әмірбек Б.Ә., Әбдірахман Ұ.Ә. АДАМ РЕСУРСТАРЫН БАСҚАРУДАҒЫ МӘДЕНИЕТАРАЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	40
13	Алтыбай Г.Е., Тасполатова М.К., Қуантқан Ұ.С. КОРПОРАТИВТІК БАСҚАРУ САПАСЫ МЕН КОМПАНИЯНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТИІМДІЛІГІ АРАСЫНДАҒЫ БАЙЛАНЫСТЫ АНЫҚТАУҒА БАҒЫТТАЛҒАН ЗЕРТТЕУЛЕРГЕ ШОЛУ	44
14	Амангелді А.Ж., Нақыпбек А.Б., Бойко И.Б. БУХГАЛТЕРЛІК БАЛАНСТЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ ЖӘНЕ ОНЫҢ АНЫҚТАМАСЫ ЕСЕП БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ОРЫНДАР	50

15	Амантай А.Р., Карамырза Е.Б., Розматов М.А. БІРІҢҒАЙ ӘЛЕУМЕТТІК САЛЫҚТАРДЫ РЕФОРМАЛАУ- СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ ШАРАЛАР	53
16	Андросова К.Д., Ажибек А.Г., Кенжебекұлы Б. БІРЫҢҒАЙ ЦИФРЛЫҚ ВАЛЮТА-МҮМКІНДІКТЕР МЕН ТӘУЕКЕЛДЕР	56
17	Арапбаева Ж.Ш., Тасқұл А.Б КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН БАҒАЛАУ	58
18	Арапбаева Ж.Ш., Шарасулова Н.М. КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕБІН ТАЛДАУ	62
19	Арещенко В.Д., Карпей Т.В. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ	67
20	Асықбаева У.Ж., Абдукадиров Д.А, Зулпыхар К.К. ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ И ФИНАНСОВАЯ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ	70
21	Аубакирова А. М., Коптаева Г.П., Нуридинова А.Ф. КОМПАНИЯ БРЕНДІН БАСҚАРУ МОДЕЛІ	74
22	Байдуалы Нұрсұлтан Жанибекұлы ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУДІҢ ШАРТЫ РЕТІНДЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ПРОЦЕСТЕРДІ ДАМУ	79
23	Байкенова З.Н., Халмуратова Э.У., Даулетбекова Д.Д. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	83
24	Беков Ж.М. АӨК-ДЕ ЦИФРЛАНДЫРУДЫ ДАМУДЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕСІ	86
25	Белецкий А.Д., Ахмедов А.Р., Ходжиматов К.Ш. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	90
26	Гани Б.Т., Еркінбек Ж.О.,Исмайлова М.И. МАТЕРИАЛДЫҚ ШЫҒЫНДАРҒА БАҚЫЛАУ ЖҮРГІЗУ	94
27	Ғизатолла Ж.Ғ., Шарафи А.Қ., Алимов Т.Н. КӘСПОРЫННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ТЕТІГІ	97
28	Гулова Е.В ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	102
29	Джамадуллаев А.Н., Берстемова Д.Е., Сембай А.А. ТРИ (3) СТОЛПА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	105
30	Джумабек А.К., Жолдасбеков А.М., Қазы А.Ғ. "АҚЫЛДЫ" ШЕШІМДЕР ҚАБЫЛДАУДЫ АВТОМАТТАНДЫРУ ТӘУЕКЕЛДЕРІ	109
31	Дуаш Е.Е., Абдулла К.Е.,Отепбай М.Б. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	113
32	Ежбанов Б. И., Коптаева Г.П., Оралов А.Қ. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ АУМАҒЫНДА ЭКОЛОГИЯЛЫҚ-ЭТНОГРАФИЯЛЫҚ ТУРЛАРДЫҢ БРЕНД- МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ	116
33	Еникеева А.Г., Утелов Т.Б., Джунисова Ж.А. КӘСПОРЫНДАРДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ШЫҒЫНДАР ЕСЕБІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	120

34	Еникеева Э.О., Тоқтамыс Н.Ф., Қошқар Д.Н. РЫНОК ТРУДА КАЗАХСТАНА: НА ПУТИ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ	124
35	Есболған Нұрдәулет Нұғманұлы ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ	126
36	Жайдақ Н.Е., Альмуханова Н.Н., Медетбекова А.Ғ. ҚР МЕМЛЕКЕТТІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУДІ ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ЖОЛДАРЫ	131
37	Жарас Н.М., Мухамедьярова Д.Р., Мырзажанов Б.М. НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРДЫ МҮЛІКТІК ТҮГЕЛДЕУ ЖӘНЕ ҚАЙТА БАҒАЛАУ	133
38	Жолдасбеков О.Б., Оңалбек И.А., Қосқара О.Т. КӘСПОРЫННЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРЫН ПАЙДАЛАНУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ СТРАТЕГИЯСЫ	137
39	Жузбаева А.М. ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ ТЕТІКТЕРІН ЖЕТІЛДІРУ	139
40	Изекеев Е.Б., Усербай М.М., Сағындықова Л.Р. ШАҒЫН БИЗНЕС КӘСПОРЫНДАРЫНДА ЕСЕПТІЛІКТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	145
41	Илесбекова М.К., Момбек Ш.С., Беркінбай Д.Б. СТРЕССТІҢ СЕБЕПТЕРІ ЖӘНЕ КӘСПОРЫНДАҒЫ МЕНЕДЖЕРДІҢ СТРЕССКЕ ТӨЗІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ	148
42	Иристаев А.З., Тлеуберген Т.Н., Эргашев М.А. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА	153
43	Искакова С.Б., Мурзат З.Е., Тешабоева Н.Т. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ ПО ЦЕНТРАМ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	157
44	Ишметова Я.Е., Шинтяпин П.Ю., Рахманкулов А.А. СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	160
45	Кененбаева Ж.Т., Эгамберганова Д.Ш. ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН САҚТАУ	163
46	Кенжебек Д.С., Назаров С.Ш., Халықбай Р.К. АҚПАРАТ НЕГІЗГІ БАСҚАРУ РЕСУРСЫ РЕТІНДЕ	166
47	Ким А. А., Коптаева Г.П., Нуридинов И.Ғ. АЙМАҚТАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ДЕМОГРАФИЯЛЫҚ ҮРДСІН ЖӘНЕ ХАЛЫҚ ҚОЗҒАЛЫСЫН БАҒАЛАУ	170
48	Корчибаева М.Х., Мауленов Ж.Б., Павлова Д.П. ACCOUNTING FOR CURRENT LIABILITIES AT COMMERCIAL ENTERPRISES IN KAZAKHSTAN IN MARKET CONDITIONS	174
49	Курбанбаев Р.А., Мелдехан Н.С., Нурунбекова Д.К. ГОДОВОЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС И РАСШИФРОВКА СТАТЕЙ БАЛАНСА, ИХ ВИДЫ НА РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАХ СОБСТВЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	178
50	Қалдыев А.Қ., Сатаев Э.А., Нұрмахан И.Б. ЭКОНОМИКАДАҒЫ ЖАРНАМАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕР НАРЫҒЫНЫҢ РӨЛІ	183

51	Қошқар Б.А., Дархан М.А., Даубаев С.Б. МУНИЦИПАЛДЫ БАСҚАРУДАҒЫ ЛАУАЗЫМДЫҚ НҮСҚАУЛЫҚТАР	187
52	Қуттыбек Н.А., Шаймерден Д.К., Сейтжан К.Н. CONDITIONS FOR MARKETING IN WHOLESale TRADE IN KAZAKHSTAN	189
53	Құрбанбай Е.С., Өнербай Е.Т., Кенжебаев Т.Н. ПЕРСОНАЛДЫ ІРІКТЕУДІҢ ЗАМАНАУИ ӘДІСТЕРІ	192
54	Құрбанбай М.С., Орынбай Е.А., Тасбауов М.Б. ГУМАНИТАРЛЫҚ ОПЕРАЦИЯЛАРДЫ ЖҮРГІЗУ АЙМАҚТАРЫНА ТІКЕЛЕЙ ТҮТЫНУҒА ДАЙЫН ТАҒАМДЫ ЖЕТКІЗУ ҚАЖЕТТІЛІГІ ТУРАЛЫ ПАЙЫМДАУ	196
55	Малик З.А., Бектай А.М., Сандыбаева А.Б. АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ҰЙЫМДАРЫ ҮШІН МАТЕРИАЛДЫҚ ҚОРЛАРДЫҢ ТҮГЕНДЕУІ	198
56	Маратов Р.К., Шәріп Ә.Қ., Нұрсеитова Ә.М. МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТ СТРАТЕГИЯСЫ	202
57	Махамбетов Б.К. ЖАҒАҢДАНУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ТІКЕЛЕЙ ШЕТЕЛДІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ	205
58	Мацукова Д., Тентиев Д. ОЦЕНКА И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	209
59	Мәлік Ғ.Р., Хамракулова С.Ф., Қадырәлі Ә.О. ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСПОРЫНДАРҒА АРНАЛҒАН БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН СЕРТИФИКАТТАУ	213
60	Мұқанова А.У. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	217
61	Мұрат Т. М., Коптаева Г.П., Садиев Н.О. КӘСПОРЫНДАРДА ФИРМАШІЛІК ЖӘНЕ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРЛАУДЫ ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	221
62	Мырзатай М.Н., Килибаев Ұ.А., Оразхан Ә.Б. МЕМЛЕКЕТТІК ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУ ЖОСПАРЛАУ ЖӘНЕ ІСКЕ АСЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	225
63	Набиева З.М., Шоназарова А.К., Абдикаримов С.М. ҚАРЖЫЛЫҚ ЖӘНЕ БАСҚАРУ ЖӘНЕ ӨНДІРІСТІК ЕСЕПТІҢ БІР- БІРІМЕН ӨЗАРА БАЙЛАНЫСТЫ ЖӘНЕ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	229
64	Нусіп Н. Л. КӘСПОРЫННЫҢ РЕСУРСТЫҚ ӘЛЕУЕТІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ	233
65	Нұржан Ж. Н., Коптаева Г.П., Нуридинов Ж.Ғ. ҚР ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУДАҒЫ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕЛЕР	237
66	Озыкбаева А.Д., Бажан Д.С., Маньяков Я.В. ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЮЖНОГО КАЗАХСТАНА	242

67	Озыкбаева А.Д. ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СТРЕССА У СОТРУДНИКОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СНИЖЕНИЕ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ В ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	246
68	Омарәли А.А.,Есенова М.С.,Ногайбек Е.С. СЕМНАДЦАТЬ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ.....	250
69	ОнгарбекД.Р., Хусанов Ж.А., Ирисметов Р.Р. 1С-БУХГАЛТЕРИЯ БАҒДАРЛАМАСЫНДА ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕКЕМЕЛЕРДЕ ЕНБЕК АҚЫНЫ ЕСЕПТЕУ ТӘСІЛІ.....	254
70	Орынбек С.Б., Әсілхан Қ.Ә., Уктам З.О. БАСҚАРУШЫЛЫҚ ШЕШІМ ҚАБЫЛДАУ ПРОЦЕСІНДЕ АҚПАРАТТЫҢ РӨЛІ.....	258
71	Өтеулі Ә.Б., Дүйсеков А.Б., Азамат Е.Е. ҰЙЫМ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРІНІҢ ҚАТЫСУЫ МОТИВАЦИЯНЫҢ ЕҢ ЖОҒАРЫ ДЕҢГЕЙІ РЕТІНДЕ.....	261
72	Панова Н.А., Захриддинов П.С., Ермекұлы А. КРИПТОВАЛЮТАЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ.....	264
73	Попов П. А., Коптаева Г.П. ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ САЛАСЫНДАҒЫ КӘСПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІҢ ШАҒЫН НЫСАНДАРЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫ.....	267
74	Рамазанұлы А. КӘСПОРЫНДАРДЫҢ ӨНДІРІСТІК ӨТКІЗУ ҚЫЗМЕТІНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ.....	272
75	Рахматуллаев А.М., Қалдар Қ.М., Сейдуалы Д.Ж. ИННОВАЦИЯЛАР НЕГІЗІНДЕ КОМПАНИЯНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ.....	276
76	Садвахасов Р. Б., Коптаева Г.П. ШАРУАШЫЛЫҚ ЖҮРГІЗУШІ ШАҒЫН НЫСАНДАРДАҒЫ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНІМ ӨНДІРІСІН БАСҚАРУ МЕН ҰЙЫМДАСТЫРУ ТӘУЕКЕЛ ФАКТОРЛАРЫН БАҒАЛАУ.....	282
77	Салимбаев М. Ж., Коптаева Г.П., Қабылбеков Н. ҚАЗАҚСТАНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ КӘСПКЕРЛІКТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ЖӘНЕ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ.....	287
78	Сансызбай А.Б. ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҰРАҚСЫЗДЫҚ ЖАҒДАЙЫНДА ҚАЗАҚСТАНДА ФРАНЧАЙЗИНГТІ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ.....	291
79	Сатыбалды Е.А., Базаралы Б.Ж., Торбай Ә.С. НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАР АУДИТІНІҢ ПРОЦЕДУЛАРЫН ЖОСПАРЛАУ.....	295
80	Сәулебек Ж.Ж. ӨНЕРКӘСІПТЕГІ ТӘЖІРИБЕЛІК ӨНДІРІСТІҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ.....	299
81	Собкина В.В., Ногойбаева А. ОЦЕНКА И ВЫБОР ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНОВ.....	304
82	Сокиренко Р.К., Курал Н.Б., Ким А.В. ЗНАЧЕНИЕ И ЗАДАЧИ УЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ.....	306

83	Сыдық Г., Сыздықбаева Н. ХАЛЫҚТЫ АЗЫҚ-ТҮЛІКПЕН ҚАМТАМАССЫЗ ЕТУ МӘСЕЛЕСІ	309
84	Төлеген Е.Е., Аманкүл С.К., Бүрлібай А.М. ЦИФРЛАНДЫРУ. САНДЫҚ БРЕНДИНГ ҚҰРАЛДАРЫ	312
85	Түлегенова Л.В., Амангелді Г.Т., Әбдікерім Н.Қ. ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУДЫҢ СОҢҒЫ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ	315
86	Усманов Э.Х., Айдарбеков Н.Е., Жаналиева М.Н. ӘЛЕМДІК НАРЫҚТА КРИПТОВАЛЮТАЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ	317
87	Усманова А.Р. МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	319
88	Филина Н.Ш., Ханышева А.В., Корнеева А.О. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	322
89	Чолпонкулова Н.Э. ЭФФЕКТ РЫЧАГА: ФИНАНСОВЫЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЕВЕРИДЖ	326
90	Шатайбеков Д.Б., Ораз Т.Ә., Арапбай А.Р. ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДЕ ҰЙЫМДЫ ІЛГЕРІЛЕТУДЕГІ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГІНІҢ РӨЛІ	328
91	Шин Е.В., Құрманәлі А.О., Чередниченко Г.М. ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ О ЗАТРАТАХ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ	332
92	Шмодина А.С. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ КАПИТАЛЬНОЙ БАЗЫ БАНКОВ	336
93	Эрметова Ш.Ә., Тлепова З.Ж., Болтабаева Д.Р. ШАҒЫН БИЗНЕС ҮШІН ҚАРЖЫЛЫҚ ТАЛДАУ ПРОЦЕДУРАЛАРЫ	338
94	Gulova E. V., Abdikalykova A.M., Polatova L.M. TRENDS IN LOGISTICS IN KAZAKHSTAN	341
95	Kenzhibayeva Zh. RESEARCH OF PROJECT MANAGEMENT METHODS IN THE TELECOMMUNICATION INDUSTRY	343
96	Khudaiberger A.N., Torekeldy M.D., Barabolya A.O. DIGITALIZATION AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE TAX SYSTEM	346
97	Kuznetsova K.A., Murat K.B., Iskhakov Sh.A. THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF CONSTRUCTION IN KAZAKHSTAN	350
98	Sagadiyeva A.O. INNOVATION MANAGEMENT IN A MODERN EDUCATIONAL ORGANIZATION	353
99	Shegebay R.T., Koptaeva G. P. ANALYSIS AND CONDITIONS FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN	357
100	Tazhimurat A.A., Koptaeva G. P. GLOBAL TRENDS IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF TECHNOLOGICAL STRUCTURES	361

101	Usmanova A.R, Abdukarimova S.Sh., Kurbanova E.Sh. PROBLEMS OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS INDUSTRY OF KAZAKHSTAN	367
102	Yuldasheva Sh.A., Shukputov A.A., Ermolin M.D. TRENDS OF ONLINE TRADE IN KAZAKHSTAN	370
103	Zhauynbay Zhanylsyn DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL	373

**ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚТЫ БАСҚАРУ
ТУРИЗМ И УПРАВЛЕНИЕ ГОСТЕПРИИМСТВОМ**

	Ален Г.Қ., Сулейменова Т.М. Сейджапарова А.А. ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ТҮСІНІКТЕРІ, ТҮРЛЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ	377
2	Ануарбек А. Б. ЭТНИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ: ПУТЕШЕСТВИЕ В ПРОШЛОЕ И ТРАДИЦИИ ДРУГИХ НАРОДОВ	379
3	Ашилова Ж. Б., Нарметов С. К., Шерметова З. Ш. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА В КАЗАХСТАНЕ	384
4	Бағланқызы А., Жаппар А.А., Жұрынтай Ұ. Д. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ	388
5	Вагапова Л.Р. THE DEVELOPMENT OF "BLEISURE TOURISM" AS A NEW TREND IN THE FIELD OF BUSINESS TOURISM	392
6	Губайдуллин Н. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО РЫНКА(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ШЫМКЕНТ)	394
7	Дабылова А.Қ. ЭКСКУРСИЯЛАР МЕН ДЕМАЛЫС КҮНДЕРІНДЕГІ САЯХАТТАРДЫ ДАМУ	400
8	Әбділесов И. М., Абдыхалыкова М.Б., Бигалиева Б.Б. КРУИЗДІК ТУРИЗМ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	404
9	Әбдірахман А. А., Ғали К., Бақтыбай Б.С. АНАЛИЗ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА	408
10	Ин К. С., Ергеш Б.Т., Минхаерова Я.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	411
11	Исмаилова Д. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	414
12	Иристаев Ж. Р., Абдуманат Ж.А., Юнусалиева И.А. ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІ ЖЫЛЖЫТУДА ҚОЛДАНЫЛАТЫН ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСТАР	417
13	Когай В.А. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	420
14	Қалмұрат М. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ	422

15	Маханова А.Б. ТУРИЗМ САЛАСЫНДА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ӘДІСТЕРІН ҚОЛДАНУ	426
16	Мухамедьяров Н.Е. ГЛАМПИНГ ТУРИЗМНІҢ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ АЙМАҚТАҒЫ ДАМУЫНЫҢ ӨЗЕКТІЛІГІ	430
17	Омаров А. М., Калибай Д.С., Колаева Х.А. ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫН БАСҚАРУ БИЗНЕСТІ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕ	434
18	Оразбекова А.Т. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІҢ ҚАЗІРГІ ЖАЙ-КҮЙІН, ЖЕТІЛДІРУ ЖӘНЕ ДАМУЫ ЖОЛДАРЫН ТАЛДАУ	438
19	Пернебай Д.Д. ҚОНАҚ ҮЙ ЖӘНЕ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДА СМАРТ-ҚОНАҚ ҮЙЛЕРДІ ЗАМАНАУИ ПАЙДАЛАНУ	441
20	Раушанбекова К. Н. ТУРИЗМ И ЕГО РАЗВИТИЕ В КАЗАХСТАНЕ	445
21	Салыбек Ә.Б. ҚОНАҚ ҮЙ КӘСІПОРНЫНДА МӘДЕНИ-ДЕМАЛЫС ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСТЫРУ	450
22	Сапаева Ә.Р., Алтыбаева Қ., Якубжанова Н. FEATURES OF THE ESTABLISHMENT OF HOTEL ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	453
23	Сапарбек З.Т. ТУРИЗМ В ЭКЗОТИЧЕСКИХ СТРАНАХ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ	457
24	Сеитқасымов Б.У., Махмут Ә.А., Насыр Б. Б. ӘР ТҮРЛІ ЕЛДЕРДІҢ МЫСАЛЫНДА ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	461
25	Сыдықова А.М. МӘДЕНИ-ТАРИХИ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	463
26	Тұрсынбай А.Ж. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНДУСТРИЮ И БУДУЩЕЕ ТУРИЗМА	466
27	Утепбаева Н.Ф. ТУРИЗМДЕГІ РОБОТТАНДЫРУ: ТАМАҚТАНУ ЖӘНЕ СУСЫН ӨНЕРКӘСІБІНДЕГІ РОБОТ АСПАЗДАР МЕН РОБОТ ДАЯШЫЛАР	470
28	Юсупханов М.А. ҚАЗІРГІ ӘЛЕМДЕ ЖАҢА ТУРИСТІК МАРШРУТТАРДЫ ӨЗІРЛЕУДІҢ ӨЗЕКТІЛІГІ	473
29	Alijanov N. THE EFFECTS OF CONSUMER BEHAVIOUR ON DECISION – MAKING IN TOURISM	477
30	Galimova V.R. ECOTOURISM AS AN INTEGRAL PART OF SUSTAINABLE TOURISM	479
31	Talabayeva E. E., Makambayeva N. H., Yusupov N. THE POTENTIAL OF RURAL TOURISM AND ITS ROLE IN THE MODERNIZATION OF KAZAKHSTAN	484

СТУДЕНТТІК ҒЫЛЫМ - 2023

*атты халықаралық студенттік ғылыми-практикалық конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ*

МАТЕРИАЛЫ

международной студенческой научно-практической конференции

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА 2023

IV ТОМ

Бизнес және басқару, Туризм және қонақжайлылықты басқару /
Бизнес и управление, Туризм и управление гостеприимством

Оргкомитет не несет ответственности за материалы, не содержащие научной новизны
или оформленные с нарушением грамматики.

Подготовка оригинал-макета: Т.С. Митрошенко