

ISSN 2663-631X



ТҰРАН-АСТАНА
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРЛАРЫ



ИЗВЕСТИЯ
УНИВЕРСИТЕТА
ТУРАН-АСТАНА



№4 / 2019



TURAN-ASTANA
UNIVERSITY
NEWS



“ТҰРАН-АСТАНА” УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРЛАРЫ

ИЗВЕСТИЯ
УНИВЕРСИТЕТА “ТҰРАН-АСТАНА”

“TURAN-ASTANA” UNIVERSITY
NEWS



Меншік иесі “Тұран-Астана” университеті мекемесі
Собственник учреждение университет “Тұран-Астана”

Бас редакторы: Жапарова Г.Ө. – э.ғ.к., профессор
Бас редактордың орынбасары: Рахметова Р.Ө. – э.ғ.д., профессор
Редакция алқасы:

Алиев О.Ж. – э.ғ.д., профессор (Қазақстан), Өубакиров Т.О. – т.ғ.д., профессор (Қазақстан), Тасбулатов А.Б. – т.ғ.д., профессор (Қазақстан), Даубаев Қ.Ж. – э.ғ.д., профессор (Қазақстан), Попова М.С. – PhD, профессор (Болгария), Тунч М.Д. – PhD, профессор (Түркия), Антонио А.М. – PhD, профессор (Испания), Ильина И.Н. – э.ғ.д., профессор (Ресей), Чекмарев В.В. – э.ғ.д., профессор (Ресей), Лемешенко П.С. – э.ғ.д., профессор (Белоруссия), Тарасевич В.Н. – э.ғ.д., профессор (Украина), Пягай А.А. – э.ғ.д., профессор (Қазақстан), Абишева К.М. – ф.ғ.д., профессор (Қазақстан), Нағымжанова К.М. – п.ғ.д., профессор (Қазақстан), Сман А.С. – э.ғ.д., профессор (Қазақстан), Мырзаханов Н.М. – б.ғ.д., профессор (Қазақстан), Никитинский Е.С. – п.ғ.д., профессор (Қазақстан), Капсалимов К.Ж. – э.ғ.к., профессор (Қазақстан), Есымханова З.К. – э.ғ.к., профессор (Қазақстан), Максютова А.Ф. – жауапты хатшы.

Главный редактор: Джапарова Г.А. – к.э.н., профессор
Заместитель главного редактора: Рахметова Р.У. – д.э.н., профессор
Редакция алқасы:

Алиев У.Ж. – д.э.н., профессор (Қазақстан), Аубакиров Т.О. – д.т.н., профессор (Қазақстан), Тасбулатов А.Б. – д.и.н., профессор (Қазақстан), Даубаев Қ.Ж. – д.э.н., профессор (Қазақстан), Попова М.С. – PhD, профессор (Болгария), Тунч М.Д. – PhD, профессор (Турция), Антонио А.М. – PhD, профессор (Испания), Ильина И.Н. – д.э.н., профессор (Россия), Чекмарев В.В. – д.э.н., профессор (Россия), Лемешенко П.С. – д.э.н., профессор (Белоруссия), Тарасевич В.Н. – д.э.н., профессор (Украина), Пягай А.А. – д.э.н., профессор (Қазақстан), Абишева К.М. – д.ф.н., профессор (Қазақстан), Нағымжанова К.М. – д.п.н., профессор (Қазақстан), Сман А.С. – д.ю.н., профессор (Қазақстан), Мырзаханов Н.М. – д.б.н., профессор (Қазақстан), Никитинский Е.С. – д.п.н., профессор (Қазақстан), Капсалимов К.Ж. – к.ю.н., профессор (Қазақстан), Есымханова З.К. – к.э.н., профессор (Қазақстан), Максютова А.Ф. – ответственный секретарь.

Chief Editor: Gulzhamal A. Japarova – candidate of economic sciences, PhD, professor

Deputy Chief Editor: Rakhila U. Rakhmetova – Doctor of Economic Sciences, professor

Editorial Board:

U.ZH. Aliyev – Sc.D., professor (Kazakhstan), T.O. Aubakirov – Sc.D., professor (Kazakhstan), A.B. Tasbulatov – Sc.D., professor (Kazakhstan), K.Zh. Daubaev – Sc.D., professor (Kazakhstan), M.S. Popova (Bulgaria) – PhD, professor, M.D. Tunc – PhD, professor (Turkey), A.M. Alonso – PhD, professor (Spain), I.N. Ilyina – Sc.D., professor (Russian Federation), E.D. A.A. V.V. Chekmarev – Sc.D., professor (Russian Federation), P.S. Lemeshenko – Sc.D., professor (Belorussia), V.N. Tarasevich – Sc.D., professor (Ukraine), Pyagay – Sc.D., professor (Kazakhstan), K.M. Abisheva – Sc.D., professor (Kazakhstan), K.M. Nagymzhanova – Sc.D., professor (Kazakhstan), A.S. Sman – Sc.D., professor (Kazakhstan), N.M. Myrzakhanov – Sc.D., professor (Kazakhstan), E.S. Nikitinskiy – Sc.D., professor (Kazakhstan), K.Zh.Kapsalyamov – Sc. Candidate, associate professor (Kazakhstan), Z.K. Yesymhanova – Sc. Candidate, professor (Kazakhstan), A.F. Maxyutova – executive Secretary (Kazakhstan).

№3 / 2019

Открытый доступ к номерам представлен на сайте университета (<https://tau-edu.kz>), а также в Научной электронной библиотеке (eLIBRARY.RU) договор №219-06/2019 от 03 июня 2019

Техникалық редактор
Технический редактор
Мансуров Қ.Ж.

Дизайнер
Айтжанова А.Е.

2019 жылдан бастап шығады
Жылына 4 рет шығады

Издается с 2019 года
Выходит 4 раза в год

Басуға 25.09. 2019 ж. қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/12.
Кітап-журнал қағазы.
Көлемі 11,9 б.т.
Таралымы 300 дана.
Бағасы келісім бойынша.
Тапсырыс №102.

Подписано в печать 25.09. 2019 г.
Формат 60x84 1/12.

Бумага книжно-журнальная.
Объем 11,9 п.л. Тираж 300 экз.
Цена договорная. Заказ №102.

“TAU university”
баспаханасында басылған

Отпечатано в типографии
“TAU university”

Адрес редакции: 010000, г. Нур-Султан, ул. Ы. Дукепула, 29.
Тел./факс: 87172-39-60-78; редакция: 39-79-23 (внут.: 108);
E-mail: turan_astana_jurnal@mail.ru

Зарегистрирован Министерством информации
и коммуникации РК
Регистрационное свидетельство № 17458-Ж от 14.01.2019 г.

© Учреждение «Университет «Тұран-Астана»

МАЗМҰНЫ

Экономика және Бизнес			
1.	А.К. Нурмуқанов	«Қазақстанның Тұрғын Үй Құрылыс Жинақ Банкі» АҚ агенттік желін жетілдіру	6
2.	С.Ш. Карнаков	Халықаралық «Алматы аэропорты» АҚ даму стратегиясы: басқару модельдері және зерттеу әдістеріне теориялық шолу	13
3.	А.А. Пауешев	Нарықтың жаңа өнімдерін кірісу: стратегияны дамытудың теориялық аспектілері	21
4.	К.К. Теметаев	Сату жүйесін құру: кейбір теориялық аспектілер	28
5.	Г.А. Орынбекова Н.Т. Абдраманов	Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметінің қалыптасу және даму тенденциялары	35
Қаржы			
6.	Е.Н. Үсенбаев З.М. Сакенова	Бухгалтерлік есеп теориясының даму ерекшеліктері	43
7.	Д.К. Тукубаев	Кәсіпкердің бағыс саясаты: баға қалыптастыру ерекшеліктері және әдістері	48
8.	Н.К. Космухамбетов	Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығын қаржыландыруға арналған құралдарды талдау	56
9.	Р.М. Галиев	Компанияның қаржы нәтижелерінің шығысты басқаруының әсері	63
10.	Л.Р. Мальсагова	Сыртқы қолданылушылар: шығымдарды басқару және тәуекелдерді талдау	70
11.	К.Т. Есимханов З.К. Есымханова	Қазақстанда жеке тұлғаларға салық салуды үндеу механизмінің зерттеулері	76
Педагогика және Психология			
12.	Б. Құрманбаева Н.М. Иргебаева Р. О. Жолшыбекова	Отбасы - тұлғаны қалыптастыру және дамыту институты	81
13.	Н.Ә. Тойбазарова	Білім беру мазмұнын жаңарту аясында болашақ бастауыш сынып мұғалімдерінің кәсіби даярлығын дамыту	85
14.	М.Қ. Аманжол Н.М. Иргебаева	Тұлғалық қобалжудың психологиялық ерекшеліктері	94
Авторлар туралы ақпарат			

СОДЕРЖАНИЕ

Экономика и Бизнес			
1.	А.К. Нурмуқанов	Совершенствование агентской сети АО «Жилстройсбербанк Казахстана»	6
2.	С.Ш. Карнаков	Стратегия развития АО «Международный аэропорт Алматы»: теоретический обзор моделей управления и методов исследования	13
3.	А.А. Пауешев	Вывод новых продуктов на рынок: теоретические аспекты по разработке стратегии	21
4.	К.К. Теметаев	Построение системы сбыта: некоторые теоретические аспекты	28
5.	Г.А. Орынбекова Н.Т. Абдраманов	Тенденции формирования и развития государственной службы в Республике Казахстан	35
Финансы			
6.	Е.Н. Усенбаев З.М. Сакенова	Особенности развития теории бухгалтерского учета	43
7.	Д.К. Тукубаев	Ценовая политика предприятия: особенности и методы расчета цены	48
8.	Н.К. Космухамбетов	Анализ инструментов финансирования сельского хозяйства Республики Казахстан	56
9.	Р.М. Галиев	Влияние управления затратами на финансовые результаты компании	63
10.	Л.Р. Мальсагова	Применение аутсорсинга: управление затратами и анализ рисков	70
11.	К.Т. Есимханов З.К. Есымханова	Исследование механизмов совершенствования налогообложения физических лиц в Казахстане	76
Педагогика и Психология			
12.	Б. Курманбаева Н.М. Иргебаева Р. О. Жолшыбекова	Семья - институт формирования и развития личности	81
13.	Н.А. Тойбазарова	Развитие профессиональной подготовки будущих учителей начальных классов в рамках обновления содержания образования	85
14.	М.К. Аманжол Н.М. Иргебаева	Психологические особенности тревожности личности	94
Информация об авторах			

CONTENT

Economics and Business		
1.	А.К. Нурмуканов	Improvement of the agency network of JSC «Zhilstroybank of Kazakhstan» 6
2.	С.Ш. Карнаков	Development strategy of the JSC «International Almaty airport»: theoretical review of management models and research methods 13
3.	А.А. Пауешев	The introduction of new products to the market: theoretical aspects on the development of a strategy 21
4.	К.К. Теметаев	Building a sales system: some theoretical aspects 28
5.	Г.А. Орынбекова Н.Т. Абдраманов	Formation and development trends public service of the Republic of Kazakhstan 35
Finance		
6.	Е.Н. Үсенбаев З.М. Сакенова	Development peculiarities of record-keeping theory 43
7.	Д.К. Тукубаев	Price policy of the enterprise: features and methods of price calculation 48
8.	Н.К. Космухамбетов	Analysis of tools for financing agriculture of the Republic of Kazakhstan 56
9.	Р.М. Галиев	Influence of cost management on the financial results of the company 63
10.	Л.Р. Мальсагова	Outsourcing applications: cost management and risk analysis 70
11.	К.Т. Есимханов З.К. Есымханова	Research of mechanisms for improving taxation of individuals in Kazakhstan 76
Pedagogy and Psychology		
12.	Б. Құрманбаева Н.М. Ирғебаева Р. О. Жолшыбекова	Family as an institution of personality formation and development 81
13.	Н.Ә. Тойбазарова	Future primary school teachers in the framework of updating the content of education development of professional training 85
14.	М.Қ. Аманжол Н.М. Ирғебаева	Psychological characteristics of personality anxiety 94
Authors Information		

ГРНТИ 06.73.55
УДК 336.72

А.К. Нурмуқанов

Совершенствование агентской сети АО «Жилстройсбербанк Казахстана»

«Қазақстанның Тұрғын Үй Құрылыс Жинақ Банкі» АҚ агенттік желін жетілдіру

Improvement of the agency network of JSC «Zhilstroysberbank of Kazakhstan»

Аннотация. В статье авторы раскрывают проблему необходимости совершенствования агентской сети АО «Жилстройсбербанк Казахстана», отмечая ее актуальность в связи с тем, что жилищный вопрос в Республике Казахстан не решен и даже обостряется. Результативность агентской сети АО «Жилстройсбербанк Казахстана» проявляется, в частности, в том, что чем больше будет выдано низкопроцентных кредитов населению, тем более улучшатся жилищные условия казахстанцев. Авторы отмечают, что развитие агентской сети Банка зависит от доходов населения, которые в свою очередь нестабильны и, соответственно, не могут способствовать увеличению степени накопления денежных средств. Тем не менее, авторы приходят к выводу, что реализация проекта по географическому расширению или охвату продуктами Банка вполне соответствует потребности населения в улучшении жилищных условий и требует того, чтобы такой продукт появился в географическом отношении во всех отдаленных уголках Республики Казахстан.

Ключевые слова: агентская сеть, совершенствование, консультанты, банк, продукт, кредит.

Аннотация. Мақалада авторлар «Қазақстанның тұрғын үй құрылыс жинақ банкі» АҚ агенттік желісін жетілдіру қажеттілігі туралы мәселені ашады, оның Қазақстан Республикасындағы тұрғын үй мәселесі шешілмегендігімен, күрделене түсетіндігімен атап өтеді, сондықтан «Қазақстанның тұрғын үй құрылыс жинақ банкі» АҚ агенттік желісінің тиімділігі осыған нұсқайды. халыққа берілетін төмен пайыздық несиелер неғұрлым көп болса, қазақстандықтардың өмір сүру жағдайының жақсаруы маңызды болды. Әсіресе мақала авторлары банктің агенттік желісінің дамуы халықтың табысына байланысты, бұл өз кезегінде тұрақсыз болып табылады және сәйкесінше қаражат жинақтау деңгейінің өсуіне ықпал ете алмайды. Осыған қарамастан, авторлар Банк өнімдерін географиялық кеңейту немесе қамту жобасын жүзеге асыру халықтың тұрғын үй жағдайын жақсарту қажеттіліктерін қанағаттандырмайды, сонымен қатар мұндай өнімнің Қазақстан Республикасының барлық түкпір-түкпірінде географиялық тұрғыдан пайда болуын тез арада талап етеді деп тұжырымдайды.

Түйінді сөздер: агенттік желі, жетілдіру, кеңес берушілер, банк, өнім, несие.

Abstract. In the article, the authors disclose the problem of the need to improve the agent network of Zhilstroysberbank of Kazakhstan JSC, noting its relevance in that the housing issue in the Republic of Kazakhstan is not resolved, it is exacerbating, therefore the effectiveness of the agent network of Zhilstroysberbank of Kazakhstan JSC will indicate that the more low-interest loans issued to the population, the more significant was the improvement in the living conditions of Kazakhstanis. Especially the authors of the article note that the development of the Bank's agent network depends on the income of the population, which, in turn, is unstable and, accordingly, cannot contribute to an increase in the degree of cash accumulation. Nevertheless, the authors conclude that the implementation of the project on geographical expansion or coverage of the Bank's products does not just meet the needs of the population to improve housing conditions, but urgently requires such a product to appear geographically in all remote corners of the Republic of Kazakhstan.

Keywords: agent network, improvement, consultants, bank, product, credit.

В условиях рыночной экономики любое предприятие вне зависимости от сферы деятельности должно постоянно обдумывать и преобразовывать все моменты, от которых зависит эффективность его деятельности, а значит, заниматься постоянным совершенствованием или оптимизацией, т.е. находиться в постоянном поиске лучших решений.

Актуальность совершенствования проекта агентской сети АО «Жилстройсбербанк Казахстана» заключается в том, что жилищный вопрос в Республике Казахстан не решен, обостряется, а решить его возможно только с помощью государственного участия, которое в силу своего регулирующего масштаба, естественно, имеет недостатки, а значит, нуждается в совершенствовании.

Действительно, на рынке банковских услуг по улучшению жилищных условий с помощью кредита в количественном выражении выгоднее предложения, чем у Банка нет, а это означает, что несовершенна работа Банка по распространению информации о своих продуктах, в том числе и работа агентской сети. АО «Жилстройсбербанк Казахстана» необходимо постоянно совершенствовать свою деятельность как в целом, так и в отдельных ее частях, несмотря на то, что деятельность АО «Жилстройсбербанка Казахстана» является специфической и узконаправленной, а агентская сеть является особенной в связи со спецификой деятельности банка.

Агентская сеть АО «Жилстройсбербанк Казахстана» осуществляет свою функцию согласно правилам и наставлениям своего куратора – Банка, поэтому у Банка стоит потребность постоянно совершенствовать этот бизнес-проект, чтобы это начинание было оправданным и эффективным. Закономерен следующий вывод: поскольку этот бизнес-проект – сознательная и волевая деятельность Банка, то, соответственно, его результаты зависят от решений или руководящей роли Банка. У полученного вывода есть и обратная сторона, которая отвечает основной функции Банка – чем выше результативность агентской сети АО «Жилстройсбербанка Казахстана», тем больше было выдано низкопроцентных кредитов населению, а значит, произошло в какой-то степени улучшение жилищных условий населения страны.

Как известно, жилищный вопрос является одним из основных, который предстоит решить нашему государству, потому что от его решения зависит существование казахстанского общества вообще.

Основные вопросы, которые предстоит постоянно решать – это вопросы жилища, продовольствия и одежды. Обществу, а конкретно каждому его члену, необходимо создать материальные условия и претворить главное: где-то жить, во что-то быть одетым и чем-то питаться. Поскольку общество нуждается в защите от окружающей среды, особенно в условиях резко-континентального климата Казахстана, оно находит эту защиту в жилище. Поэтому от обеспеченности необходимыми жилищными условиями зависит, во-первых, существование самого общества, а во-вторых, развитие экономики в целом.

Таким образом, получается, что существование общества находится в зависимости от решения жилищного вопроса. Если оно будет неэффективным, то это можно будет наблюдать по различным проявлениям, которые негативно отразятся на развитии остальных отраслей экономики.

«Недвижимое имущество – это один из важнейших объектов гражданского права, определяющим моментом в развитии правового регулирования которого явился переход от закрепления в законодательстве исключительной государственной собственности к легальному признанию множественности форм собственности в условиях их равной защиты.

Соответственно, произошел переход от практически полного юридического запрета сделок с недвижимым имуществом к их разрешению путем расширения круга объектов недвижимости, вовлекаемого в гражданский оборот, и видов, совершаемых с ним сделок. Продолжается данный процесс и в настоящее время» [1, с. 310]. Широко развивающийся рынок недвижимости служит гарантией реализации основного конституционного права граждан – «права частной собственности, права иметь имущество в собственности, владеть, пользоваться и распоряжаться им как единолично, так и совместно с другими лицами» [2].

В 1991 году Казахстан заявил о своей независимости, принял решение отказаться от плановой экономики и взял курс на рыночную экономику.

До независимости Казахстана жилищный вопрос решался в КазССР определенным способом, а именно по потребности, также, как и во всем СССР, т.е. если есть потребность в жилплощади, то она удовлетворялась за счет общественных сил: общество обеспечивало каждому «крышу над головой». А с момента обретения независимости Казахстана общество ничего не обеспечивает, начинают развиваться и вступать в действие рыночные отношения, т.е. теперь каждый член общества должен сам позаботиться о своем благополучии, в том числе и жилищном.

Отправной точкой в жилищных отношениях граждан Республики Казахстан стала приватизация жилищ в 90-х годах. С этого момента, как были приватизированы жилища, граждане могли самостоятельно решать судьбу своих жилищ и свою собственную судьбу.

Согласно п. 20. Постановления Кабинета Министров Республики Казахстан «Об утверждении Положения о приватизации государственного жилищного фонда в Республике Казахстан» от 24 января 1992 года № 66 «Граждане, ставшие собственниками жилых помещений, вправе продавать, завещать, дарить, сдавать в аренду эти помещения в соответствии с действующим законодательством о собственности, а также совершать иные сделки, не противоречащие закону» [3]. Следовательно, с этого момента приватизированные жилища вступили в обращение, и собственники могут распоряжаться ими по своему собственному усмотрению. В условиях рыночной экономики, когда вступают в силу экономические законы, можно наблюдать действие в экономике сил спроса и предложения, конкуренции, которые в постоянном движении определяют

распределение производимых обществом материальных благ. Действие спроса и предложения начинает действовать не только на вещные товары, но и в том числе и на разные профессии, в результате чего появляются разные доходы у населения.

АО «Жилстройсбербанк Казахстана» является единственным банком в Казахстане, который осуществляет систему жилстройсбережений (далее ЖСС). Деятельность банка должна улучшить жилищные условия населения Казахстана. Для этого банк привлекает деньги населения на специальные депозиты – жилищно-строительные, а затем обратно предоставляет их населению в качестве кредитов на покупку жилища. АО «Жилстройсбербанк Казахстана» является коммерческой организацией и согласно Уставу своей целью ставит извлечение дохода с помощью эффективного использования привлеченных средств.

Особенностью деятельности банка является то, что банк выдает кредиты по низким процентам. Это делается государством специально, для того, чтобы население смогло улучшить свои жилищные условия. Но воспользоваться таким низкопроцентным займом становится возможным только в том случае, если заемщик перед этим определенное время вносил вклады на свой сберегательный счет. Помимо того, что предоставляется низкий процент, государство премирует вклады населения в размере 20% от суммы поощряемого вклада, но максимальная сумма поощряемого вклада не может превышать 200 МРП. Вкладчик может купить любое жилье, которое выставляется на продажу на рынке, в том числе и жилье в рамках государственной программы. На рисунке 1 показаны финансовые результаты деятельности АО «Жилстройсбербанк Казахстана» за последние 5 лет.

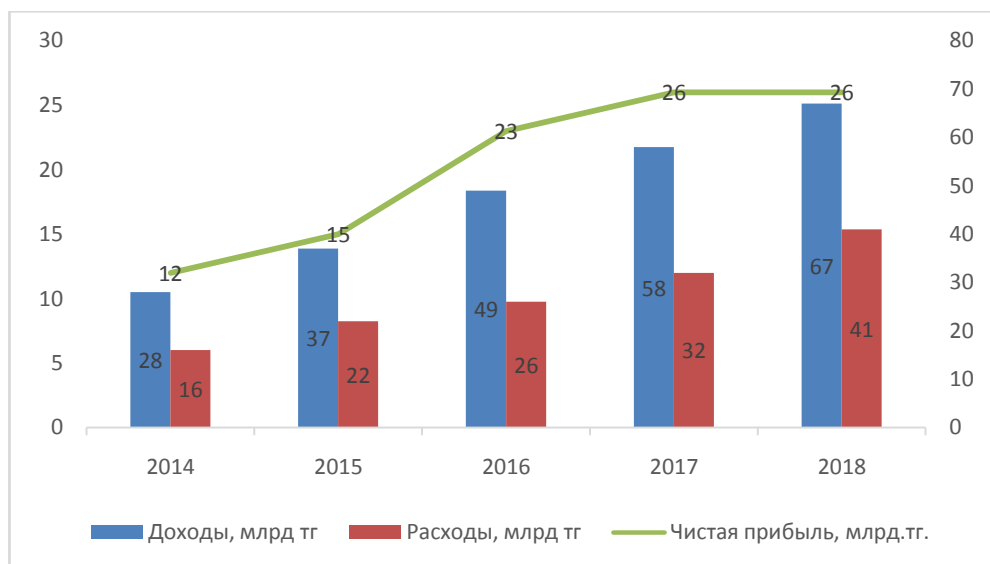


Рисунок 1. Финансовые показатели деятельности Банка за 5 лет, млрд. тенге

Примечание: составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Жилстройсбербанк Казахстана»

Согласно данным рисунка 1, можно сделать вывод, что масштабы деятельности Банка растут, а также растет и прибыль, что является с точки зрения эффективности непосредственно компании и достижения поставленной в Уставе цели и в «целях дальнейшего совершенствования и повышения эффективности долгосрочного

финансирования жилищного строительства и развития системы ипотечного кредитования» [4] – положительным результатом. Указанный рост прибыли характеризует деятельность Банка, казалось бы, как эффективную и результативную. Банк добился такого роста прибыли при том, что на рынке банковских услуг повышается концентрация (количество банков уменьшается, а оставшиеся становятся крупнее за счет поглощения исчезнувших) и тем самым обостряется конкуренция. Но нужно добавить, что таких результатов банк добился за счет специальной схемы, показанной на рисунке 2.

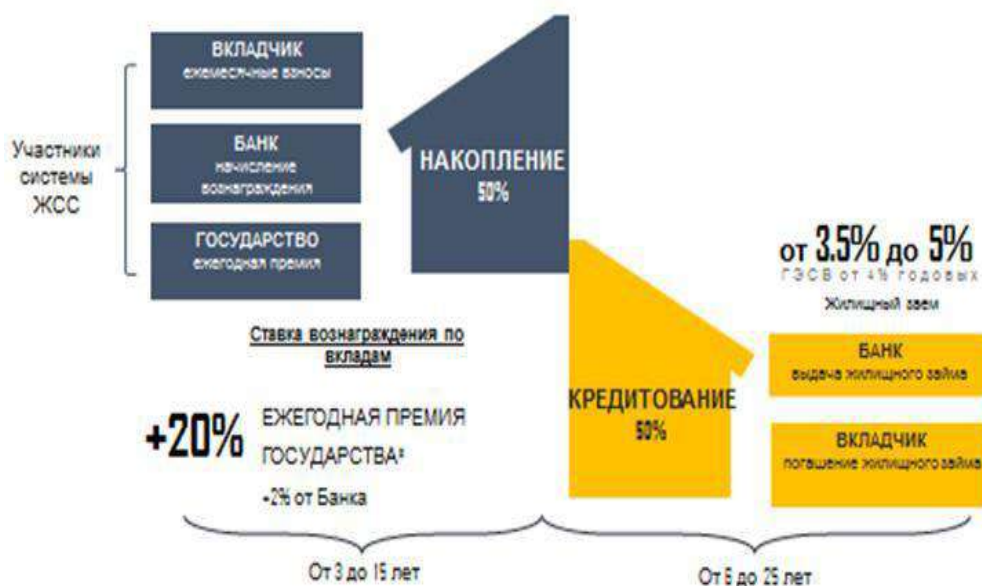


Рисунок 2. Схема работы ЖСС

Примечание: источник [5]

Указанная модель кредитования позволяет АО «Жилстройсбербанк Казахстана» успешно конкурировать и достигать поставленной цели, но, как и любая деятельность, она требует совершенствования в части распространения воздействия этой модели на всю территорию Республики Казахстан, тем самым охватывая самые отдаленные регионы страны в географическом отношении.

Банк предоставляет своим вкладчикам жилищные, промежуточные и предварительные жилищные займы на проведение мероприятий по улучшению жилищных условий, а именно:

1. Строительство (включая приобретение земельного участка), приобретение жилища, в том числе путем его обмена с целью улучшения.
2. Ремонт и модернизация жилища (включая приобретение строительных материалов, оплату подрядных работ).
3. Погашение обязательств, которые появились в связи с мероприятиями по улучшению жилищных условий.
4. Внесение первоначального взноса для получения ипотечного жилищного займа в банках и организациях, осуществляющих отдельные виды банковских операций.

При этом банк располагает региональной сетью: 17 филиалов, 17 Центров обслуживания и 5 точек обслуживания по Казахстану. Агентская сеть включает 1 200 консультантов, 97 консультационных центров.



Рисунок 3. Региональная сеть АО «Жилстройбербанк Казахстана»

Примечание: источник [5]

Развивая региональную сеть, Банк стремится достичь удобного расположения офисов для максимального охвата клиентов, а также для обеспечения равного доступа к услугам Банка для всех клиентов во всех регионах страны. Отделения Банка (центры обслуживания/точки обслуживания) размещены с учетом таких важных факторов, как плотность населения, развитость социальной инфраструктуры, развитость транспортных магистралей и маршрутов общественного транспорта, близость к местам концентрации клиентов Банка: вблизи мест их проживания, работы, учебы и на основных пешеходопотоках. Так, в 2018 году были осуществлены изменение местонахождения 1 центра обслуживания и 1 филиала (ЦО №1 – в г. Алматы, филиал – Западно-Казахстанский), а также преобразование 2 торговых точек в центры обслуживания (ЦО №2 в п. Отеген Батыра, ЦО №1 г. Рудный) с одновременной передислокацией.

На сегодня в Банке функционирует развитая сеть консультантов (агентская сеть), через которую клиенты могут получать консультационные услуги по продуктам и услугам Банка, открывать депозиты в режиме онлайн, не посещая Банк.

В основе проблемы - неполного географического охвата территории Республики Казахстан продуктами Банка - лежит неразвитость или несовершенство агентской сети Банка.

В условиях рыночной экономики содержание банком специального агента-консультанта, способного осуществлять деятельность и иметь от этого достаточный доход для существования, невозможно.

Отношения Банка с агентом-консультантом являются отношениями не трудовыми, а гражданскими, т.е. оформляются специальным договором поручения, или обычно его могут называть агентским договором. Согласно Гражданскому кодексу Республики Казахстан агент-консультант по договору поручения [6] является в определенной степени представителем и доверенным лицом Банка, осуществляющим определенные поручения Банка, и при достижении необходимого Банку результата Банк оплачивает ему (агенту) определенное правилами Банка вознаграждение. А трудовые отношения слишком обременительны и неэффективны для Банка.

Стоит отметить, что развитию агентской сети Банка или географическому расширению деятельности Банка мешают как физическая удаленность сел и деревень от областных центров и городов, так и их экономическое положение. Физическая удаленность сел и деревень преодолевается с помощью бурного развития информационных технологий, при которых появляется даже ощущение сжимания пространства. Что касается экономического положения сельской местности, это очень серьезное препятствие к развитию агентской сети Банка.

Поскольку АО «Жилстройсбербанк Казахстана» является коммерческой организацией, и в основе его развития лежит цель по извлечению дохода, то развитие в депрессивных регионах или географический охват сельской местности становится для банка особенно сложным.

Развитие агентской сети Банка зависит от доходов населения, которые в свою очередь нестабильны и, соответственно, не могут способствовать увеличению степени накопления денежных средств.

При этом нестабильность в доходах населения вызвана:

- низкой заработной платой;
- отсутствием постоянной работы;
- самозанятостью населения;
- высокой степенью банкротства предпринимательства;
- высокой степенью внутренней трудовой миграции в поисках работы;

Все перечисленные причины являются тормозящими факторами для расширения агентской сети и, как следствие, – развития Банка.

Важно добавить, что реализация проекта по географическому расширению или охвату продуктами Банка не просто соответствует потребности населения в улучшении жилищных условий, а требует, чтобы такой продукт появился во всех отдаленных уголках Республики Казахстан.

Крайняя необходимость в улучшении жилищных условий, а значит, в осуществлении проекта Банка, вызвана в первую очередь все нарастающим износом жилищ и, во-вторых, нарастанием социального неравенства.

Осознание последствий, которые, естественно, наступят, пришло в 2000-х годах, и в результате государством было инициировано создание АО «Жилстройсбербанк Казахстана» с целью решения жилищных вопросов граждан.

Если проект не реализовать, то с ростом аварийного жилья в сельской местности будет нарастать угроза социального взрыва в Республике Казахстан.

Литература:

1. Суханов Е.А. Гражданское право: в 2-х томах. Том 1. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: «Бек», 2008. - С. 310.
2. Конституция Республики Казахстан (принята на республиканском референдуме 30 августа 1995 года) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 10.03.2017 г.)
3. Постановление Кабинета Министров Республики Казахстан «Об утверждении Положения о приватизации государственного жилищного фонда в Республике Казахстан» от 24 января 1992 года N 66.
4. Постановление Правительства Республики Казахстан «О создании жилищного строительного сберегательного банка» от 16 апреля 2003 года N 364.

5. Годовой отчет АО «Жилстройсбербанка Казахстана» за 2018 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://hcsbk.kz/ru/about-the-bank/reporting/>.

6. Гражданский Кодекс Республики Казахстан (особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409.

ГРНТИ 73.37.21

УДК 656.71

С.Ш. Карнаков

**Стратегия развития АО «Международный аэропорт Алматы»:
теоретический обзор моделей управления и методов исследования**

**Халықаралық «Алматы аэропорты» АҚ даму стратегиясы: басқару
модельдері және зерттеу әдістеріне теориялық шолу**

**Development strategy of the JSC «International Almaty airport»: theoretical
review of management models and research methods**

Аннотация. В статье предпринят теоретический обзор моделей управления и методов исследования состояния внутренней и внешней среды для разработки стратегии развития АО «Международный аэропорт Алматы». Автор отмечает, что в настоящее время существует большое множество различных моделей (систем), по которым строится будущая стратегия развития. Каждая из моделей содержит в себе достаточное количество преимуществ, которые представляются интересными с точки зрения использования модели на практике, но в то же время каждая из моделей не является панацеей или универсальной. Особое внимание автор статьи уделяет методологии проведения анализа, результаты которого послужат основой для будущей стратегии развития АО.

Ключевые слова: стратегия, модель, разработка, развитие, метод.

Аннотация. Мақалада «Халықаралық Алматы әуежайы» АҚ даму стратегиясын әзірлеу үшін басқару модельдері мен ішкі және сыртқы ортаның жағдайын зерттеу әдістеріне теориялық шолу берілген. Автор қазіргі уақытта болашақ даму стратегиясы құрылатын көптеген модельдер (жүйелер) бар екенін айтады. Модельдердің әрқайсысында модельді қолдану тұрғысынан қызықты болып көрінетін жеткілікті артықшылықтар бар, бірақ сонымен бірге модельдердің әрқайсысы панацея немесе әмбебап емес. Автор талдау әдіснамасына ерекше көңіл бөледі, оның нәтижелері акционерлік қоғамның болашақ даму стратегиясының негізі болады.

Түйінді сөздер: стратегия, модель, әзірлеу, даму, әдіс.

Abstract. The article provides a theoretical overview of management models and methods for studying the state of the internal and external environment to develop a development strategy for Almaty International Airport JSC. The author notes that at present there are a large number of different models (systems) by which the future development strategy is built. Each of the models contains a sufficient number of advantages that seem interesting from the point of view of using the model in practice, but at the same time, each of the models is not a panacea or universal. The author pays particular attention to the analysis methodology, the results of which will serve as the basis for the future development strategy of the joint-stock company.

Keywords: strategy, model, development, development, method.

Экономика Казахстана в настоящее время претерпевает давление со стороны происходящих повсеместно (на всех предприятиях и во всех сферах деятельности) процессов усиления конкуренции, что в свою очередь заставляет предпринимателей проявлять больший динамизм в принятии решений, приспособленность и гибкость к быстроменяющимся условиям внешней среды, становится более восприимчивыми к разным инновациям и технологическим решениям.

Разработанные на сегодняшний день теоретико-методологические подходы и стратегические модели, как правило, сфокусированы на компании, в которых основной целью выступает увеличение прибыли. Принимая это во внимание, следует отметить большую значимость разработки теоретических и практических подходов к созданию стратегий для компаний, которые по своей деятельности уже являются стратегическими и призваны приносить большую общественную пользу. К таковым относится Международный аэропорт Алматы. В связи с этим разработка комплекса стратегических действий в рамках развития АО «Международный аэропорт Алматы» вызвана требованием времени и современной действительности по применению научного подхода к организации и осуществлению деятельности в подобных организациях. Это необходимо для того, чтобы максимально сбалансировать проблему, в результате которой можно наблюдать несоответствие принятой и действующей в компании системы управления тем условиям внешней среды, которые окружают АО. Таковое также необходимо для достижения поставленных и запланированных социально значимых целей. С учетом этого приходит понимание того, что вопросы разработки теоретико-методологической основы для создания стратегии развития АО «Международный аэропорт Алматы» весьма актуальны.

Проведенный контент-анализ по теме исследования, в частности, анализ имеющихся определений понятия «стратегия», позволяет сделать вывод о том, что наиболее привлекательной в плане информационной составляющей является трактовка, данная российским исследователем в сфере стратегического менеджмента В.М. Серовым. Он считает, что «стратегия – это совокупность перспективных направлений деятельности в области менеджмента, маркетинга и финансов. Указанные три области представляются самыми значимыми для любой компании, безотносительно от ее организационно-правовой формы деятельности и формы собственности» [1, с.233].

Процесс создания стратегии состоит из нескольких важных моментов, в частности, из интегрированного и координированного набора намерений и действий предприятия. Данный комплекс действий и намерений сфокусирован на применении ключевых компетенций, вследствие чего становится возможным обладать конкурентными преимуществами над другими игроками рынка. При этом важно понимать, что предприятие не должно полностью полагаться на конкурентов и, следовательно, становится приверженцем той же стратегии, что и они. Все, что выбирается и в будущем будет претворено в рамках стратегии компании должно обуславливаться учетом особенностей внешней и внутренней среды предприятия. К примеру, анализ внешней среды призван сделать фокус для компании на следовании внешним направлениям или же, наоборот, это позволит компании решить, что такие тенденции предприятию не нужны, чтобы сделать более точный выбор того, что на данный момент компании необходимо.

В настоящее время существует большое множество различных моделей (систем), по которым строится будущая стратегия развития. Каждая из моделей содержит в себе

достаточное количество преимуществ, которые представляются интересными с точки зрения использования модели на практике, но в то же время каждая из моделей не является панацеей или универсальной. В таблице 1 представлены модели стратегического менеджмента, а также их описание и анализ с точки зрения применения для разработки стратегии развития компании.

Таблица 1

Описание моделей и их характеристика с позиции применения для разработки стратегии компании

Название модели	Преимущества	Характеристика
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Матрица И. Ансоффа	Дает возможность небезосновательно выявлять масштабы и направления, в которых следует стратегически развиваться	Остается работающим инструментом. Применяется для рассмотрения возможностей продукции и рынков, а также тех действий компании, которые являются стратегическими. Недостатком является то, что она не может в полной мере отобразить реальную сторону бизнеса. Учитывая это, стоит применять для анализа корпоративной стратегии другие методы и варианты
Матрица BCG	Является наиболее известным методом, который используют для того, чтобы распланировать продуктовый портфель. В его основе находится концепция жизненного цикла товара	Данная матрица может оказаться практически применимым инструментом. Ее разумно использовать для принятия решений, которые направлены на управление товарным портфелем. При этом важно понимать, что ею одной не стоит ограничиваться, так как для наиболее лучшего понимания того, какая стратегия нужна компании, следует проводить синтез стратегических альтернатив
Канва бизнес-модели Алекса Остервальдера	Выступает в виде основы, помогающей представить что-либо в наглядном виде, создать и исследовать бизнес-модель. Модель наглядно показывает, как строительные блоки состыкованы друг с другом	У канвы бизнес-модели есть недостатки: анализ ее 9 блоков часто основывается на предположениях, а не на фактах. Вторая ловушка возникает из-за того, что при обосновании сделанный стратегический выбор преждевременно рассматривается как лучшая или единственная бизнес-модель для данного стратегического варианта (слишком много узких исследований, не обеспечивающих получения достаточной информации). Данный инструмент лучше подходит для более глубокого понимания происходящего и стимулирования творческого подхода к разработкам
Ключевые компетенции (Хэмел и Прахалад)	Предусматривает получение оценки ключевых компетенций компании, которая в наши дни является важнейшей составляющей разработки стратегии	На практике данный процесс является очень трудным. К тому же ключевые компетенции на деле не всегда являются такими уникальными и неповторимыми, как себе это представляют менеджеры

«Дорожная карта»	Поэтапный план действий. Помогает формировать общее видение в компании	Хотя в дорожной карте и описываются конкретные виды деятельности и проекты, будущее остается неизвестным и далеко не всегда предсказуемым
SWOT-анализ	Проведение такого анализа позволяет компании рассмотреть свою нынешнюю позицию с точки зрения своих сильных и слабых сторон, внешних угроз и возможностей	Модель не может быть панацеей по поводу решения такого сложного вопроса, как трансферт полученных результатов в варианты стратегии
Конкурентный анализ М.Портера	Помогает понять зависимости, существующие в отрасли и динамику их изменений.	Несмотря на широкое применение в данной модели имеется существенный недостаток: обычно уделяется повышенное внимание внешним силам и тем способам, при которых компания может им противостоять, и в гораздо в меньшей степени учитываются сильные стороны самой компании и ее способность создавать свои компетенции независимо от внешних сил
Функциональная модель К.Рятова	Представляет собой систему элементов, которая качественно и количественно характеризует потенциальные возможности организации	Дает несколько упрощенное представление о ее реальном устройстве, что в свою очередь может как помогать компании в разработке стратегии, так и мешать
<i>Примечание: составлено автором на основе данных источника [2, с.311] [3, с.112]</i>		

Таким образом, становится очевидным, что универсального инструмента по разработке стратегии компании наука и практика до сих пор еще не выработали. В связи с этим представляется возможным (и правильным) использовать сложный инструментарий, то есть сочетать сразу несколько методов (моделей) для того, чтобы разработать стратегию своей компании.

Международный аэропорт Алматы – первый по объему пассажиропотока аэропорт в Казахстане. Расположен в северной части города, в 15 километрах от центра Алматы. Эксплуатацией занимается АО «Международный аэропорт Алматы», 100 % акций принадлежат нидерландской компании Venus Airport Investment B.V.

Исследуемый аэропорт является самым крупным в Республике Казахстан и, соответственно, стоит на лидирующих позициях по количеству внутренних и международных пассажирских и грузовых авиаперевозок. Интенсивность полетов достигает 15-18 взлетно-посадочных операций в час, 200-220 в сутки.

Условия данного аэродрома скоординированы таким образом, что он в состоянии принимать воздушные суда по метеоминимумам II и III категории ИКАО.

17 февраля 2012 года в Москве на 32-й сессии Совета по авиации и использованию воздушного пространства Межгосударственного авиационного комитета (МАК) аэродром Международного аэропорта Алматы был признан лучшим в СНГ и получил приз «За достижения в области развития международных (категорированных) аэродромов».

Проблемой для проведения исследования является то, что сейчас отношения между Западом и Востоком расширяются, а это является основой для увеличения пассажиро- и грузопотока между Европой и Азией. На этом фоне возникает конкуренция между основными аэропортами РК и стран-соседей Центральной Азии: аэропортами Астаны, Алматы, Ташкента и Бишкека. В связи с этим возникает необходимость в разработке стратегии (которой на данный момент у аэропорта Алматы нет), обеспечивающей для аэропорта Алматы большие преимущества, чем у конкурентов, с тем чтобы увеличивающийся объем потоков приходился на Алматы.

Постановка проблемы позволяет выделить следующие вопросы в рамках данного процесса:

1. Почему для компании нужна стратегия?
2. Рыночные отношения основываются на конкуренции?
3. Что является главным показателем конкурентного преимущества?
4. Как определяется цена?
5. Является ли аэропорт Алматы монополистом – мостом между Западом и Востоком?
6. Как влиять на цену аэропорта?
7. Если у кого-то больше масштаб деятельности, значит ли это, что снижается цена?

8. Нужно ли постоянно совершенствовать предложение?
9. Значит, постоянное совершенствование требует стратегии?

И получить на них ответы соответственно:

1. Потому что компания находится в рыночных отношениях.
2. Да, конкуренция является движущей силой в экономике.
3. Главным критерием конкурентного преимущества является цена.
4. Цена определяется спросом и предложением.
5. Нет, есть конкуренты (Ташкент, Бишкек).
6. На цену аэропорта можно влиять с помощью масштаба предложения.
7. Да
8. Да, чем совершеннее будет предложение, тем больше будет конкурентоспособность аэропорта.
9. Да, нужна стратегия развития аэропорта.

Учитывая, что в настоящее время в исследуемом АО нет стратегии развития, в данной статье будет предпринята попытка обобщить теоретические знания по тому, как она должна строиться и сделать обзор по основным методам, которые необходимы для проведения анализа внешней и внутренней среды компании, для которой и разрабатывается стратегия развития.

Для решения обозначенных вопросов следует осуществить полевые исследования по сбору следующей информации:

– обобщить данные проведенных опросов, анкетирования, наблюдений, а также данные по контактам с потребителями услуг АО «Международный аэропорт Алматы».

Для сбора информации следует использовать следующие методы (таблица 2):

Таблица 2

Источники информации

Первичные	Вторичные
1	2

Результаты опросов	Учебники
Результаты наблюдений	Монографии
Результаты, которые были получены по итогам совещаний рабочей группы в составе 7 человек	Публикации
	Данные сайта Комитета по статистике МНЭ РК
	Финансовая отчетность АО «Международный аэропорт Алматы»
	Данные компаний аэропортов
Нормативно-правовые акты	
<i>Примечание: составлено автором</i>	

Анализ учебников, монографий в рамках темы исследования необходимо проводить следующим образом: выбрать литературу за авторством зарубежных ученых, российских исследователей и представителей казахстанской научной школы. Весь имеющийся материал изучить, а затем изложить через призму мнения автора.

Провести качественные и количественные исследования:

Качественные исследования проводятся посредством совещаний рабочей группы в составе 7 человек сотрудников АО «Международный аэропорт Алматы», а также посредством качественного анализа имеющейся информации и документов.

Количественные исследования осуществляются с помощью анализа финансовой отчетности АО, произведенных расчетов и вычислений.

Метод сравнения, текущего и перспективного анализа следует применить для того, чтобы установить наличие тенденций и специфики развития рынка пассажиро- и грузоперевозок в Республике Казахстан. Необходимо собрать информацию с официального сайта Комитета по статистике МНЭ РК, сайтов компаний аэропортов, проанализировать, систематизировать ее, а затем представить, используя графические методы предоставления и анализа информации.

Метод анализа данных финансовой отчетности АО «Международный аэропорт Алматы» важно осуществлять в форме горизонтального и вертикального анализа.

PESTEL-анализ. Данный анализ строится по модели «фактор-влияние». То есть с одной стороны таблицы указываются факторы макросреды, а с другой приводится сила, с которой каждый обозначенный фактор оказывает свое влияние. Все данные приводятся с учетом оценки в баллах. Необходимо сформировать группу, состоящую из 7 человек. Все они - сотрудники различных департаментов АО «Международный аэропорт Алматы». Раздать бланки, где напротив фактора следует поставить балл. Затем все посчитать и вывести среднее значение.

Анализ пяти сил Портера. По каждой «силе» необходимо составить таблицу с помощью фокус-группы сотрудников АО. В данной таблице собрать данные и проранжировать по 5-балльной шкале. Затем проводится обсуждение по спорным вопросам. Все полученные результаты сводятся в одну таблицу.

Анализ VRIO. Определенные в качестве рабочей группы сотрудники АО заполняют специально подготовленные таблицы, по которым выявляются те устойчивые конкурентные преимущества предприятия, которые определены как временные. Выявляется, чем обеспечивается конкурентный статус, и все соотносится с тем положением, в котором находится компания относительно своих конкурентов.

SWOT-анализ. Разработка эффективной стратегии развития АО «Международный аэропорт Алматы» обусловлена как сильными, так и слабыми сторонами, присущими авиационному транспорту. В результате SWOT-анализа были выявлены ключевые, как

благоприятные, так и неблагоприятные, внешние и внутренние события и условия, которые влияют или могут существенно повлиять не только на воздушное сообщение отдельного региона, но и всего Казахстана, то есть определяют «возможности» и «угрозы» для развития аэропорта. В процессе анализа необходимо определить наиболее существенные факторы, влияющие на бизнес АО. Объединение их - синтез и ранжирование - позволит выделить следующие, наиболее существенные внешние Возможности и Угрозы и внутренние Сильные и Слабые стороны.

Рабочая группа в составе 7 человек сотрудников АО посредством заполнения таблицы выявляет, являются ли отдельные ресурсы и способности АО «Международный аэропорт» слабостью или силой, если это рассматривать и оценивать с точки зрения влияния имеющихся внешних угроз и возможностей.

«Оценка решений по 7P методом DELFI». Для анализа по данной методике необходимо заполнить таблицу-алгоритм. Это также осуществляется посредством совещаний в рамках рабочей группы в составе 7 человек сотрудников АО. Заполняются соответствующие графы. Затем все оценивается в баллах, после этого полученные данные обобщаются. Это даст возможность распознать наиболее уязвимую категорию «Р» в деятельности АО «Международный аэропорт» и выделить наиболее выигрышную из всех имеющихся.

Также необходимо отметить, что угрозы и возможности составляются из результатов PEST-анализа, а сильные и слабые стороны АО - из данных, полученных в результате работы группы по «Оценке решений по 7P методом DELFI» и анализа финансовой отчетности АО «Международный аэропорт».

Среди потребителей услуг АО необходимо провести *опрос*, лучше его осуществить в двух городах: Алматы и Астана. Опрос осуществляется на основе фиксации ответов респондентов на указанные в опроснике вопросы, которые специально составляются точно, то есть учитываются самые значимые факторы, на которые происходит реагирование потребителя в процессе получения услуг АО.

Опрос с использованием методике «SERQUAL» для оценки предоставляемых АО «Международный аэропорт» услуг. Участвовать должны потребители услуг, оценка происходит по 5-балльной шкале. Методика построена по принципу оценки восприятия и ожидания, после сбора информации происходит вычисление среднеарифметических значений, по определению разницы между которыми выводится коэффициент качества Q.

Для того чтобы увидеть взаимосвязь между ресурсами, способностями, разработанной стратегией и имеющимися у объекта исследования конкурентными преимуществами – АО «Международный аэропорт» следует проанализировать с помощью *модели Гранта*. В рамках рабочей группы (7 сотрудников АО) выявляются конкурентные преимущества, ключевые факторы и организационные способности, которые складываются из материальных (финансовые, физические), нематериальных (технологии, культура, репутация), человеческих (специализированные знания и навыки, способности к общению и взаимодействию, мотивация) ресурсов.

Следует понимать, что не все способности компании, а только те, которые характеризуются как отличительные могут быть источниками конкурентного преимущества. Это определяет значимость ресурсного подхода к разработке стратегии, в частности, выделение «отличительной» способности, которую трудно сымитировать. В связи с этим важно осознание того, что только уникальные сочетания ресурсов, которые практически невозможно имитировать, и могут синтезировать отличительные способности компании. Это по своей сути и представляет самое главное в ресурсном

подходе при разработке стратегии. Данный подход, как никакой другой, демонстрирует необходимость непрерывной и целенаправленной деятельности по созданию и развитию всех тех способностей предприятия, которые идентифицируются как «отличительные». Следовательно, анализ рабочей группы АО должен быть сведен к определению отличительных способностей АО «Международный аэропорт».

Стратегия развития описывает видение и сбалансированную концепцию компании быть конкурентоспособным и устойчивым, сосредоточенным на удовлетворении текущих и будущих потребностей клиентов АО «Международный аэропорт» и заинтересованных сторон в авиационных услугах. Для достижения успеха АО необходимо быть гибкими и адаптивными к любым изменениям в деловой среде. Участие квалифицированных кадров и сотрудничество с клиентами и заинтересованными сторонами будет также ключом в реализации стратегии.

Далее объединение всех результатов проведенных аналитических процедур позволит установить основные моменты, на которых будут базироваться разработанная стратегия и определяться мероприятия по ее реализации.

Таким образом, ожидаемые результаты реализации стратегии заключаются в следующем:

1. Нейтрализация негативного влияния финансового и экономического кризиса.
2. Повышение эффективности работы.
3. Создание условий для дальнейшего развития.
4. Повышение уровня безопасности полетов и авиационной безопасности.
5. Создание в аэропорту развитой инфраструктуры, отвечающей международным стандартам.
6. Увеличение пропускной способности аэропорта по числу принимаемых ВС, пассажиропотоку и грузам.
7. Обеспечение качественного обслуживания пассажиров и грузов.
8. Увеличение пассажиропотока.
9. Рост показателя рентабельности. Благодаря стратегии, ориентированной на развитие аэропорта и совершенствование качества предоставляемых услуг, будет обеспечена возможность АО «Международный аэропорт» в увеличении объемов работ и, соответственно, доходов.

Литература:

1. Серов В.М. Организация и управление: учеб. пособие. / В.М. Серов, Н.А. Нестерова, А.В. Серов. – М.: Издательский центр: «Академия», 2016. – 432 с.
2. Берг ван ден, Г. Ключевые модели менеджмента. 77 моделей, которые должен знать каждый менеджер / Г. ван ден Берг, Питерсма П. Пер. с англ. В.Н. Егорова. – 5-е изд., дополненное. – М.: «Лаборатория знаний», 2017. – 400 с.
3. Рятов К. Функциональный менеджмент: как из хаоса создать порядок, преодолеть неопределенность и добиться успеха / К.Рятов. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 171 с.

ГРНТИ 72.25.37
УДК 339.138

А.А. Пауешев

Вывод новых продуктов на рынок: теоретические аспекты по разработке стратегии

Нарықтың жаңа өнімдерін кірісу: стратегияны дамытудың теориялық аспектілері

The introduction of new products to the market: theoretical aspects on the development of a strategy

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические аспекты процесса вывода нового товара на рынок. Автором отмечается, что вывод товара на рынок представляет собой сложный, многоаспектный и последовательный процесс. При этом необходимо найти оптимальное решение, отвечающее как требованиям рынка, так и возможностям организации.

Особое внимание автор статьи уделяет правильной постановке вопросов, на которые необходимо компании ответить при выводе нового товара на рынок, в частности, использованию механизма принятия решений по многофакторной системе (Н. Простов, А. Ренард). Автор статьи приходит к выводу, что, работая в конкурентной среде, осуществляя вывод товара на рынок, предприятие должно стремиться к таким стратегическим альтернативам, которые дадут возможность быть лучше своих конкурентов.

Ключевые слова: вывод товара, новый товар, рынок, конкуренты, стратегия, процесс.

Аннотация. Мақалада нарыққа жаңа өнімді енгізу процесінің теориялық аспектілері қарастырылады. Автор өнімді нарыққа шығару - күрделі, көп өлшемді және дәйекті процесс екенін айтады. Бұл жағдайда нарықтың талаптарына да, ұйымның мүмкіндіктеріне де сәйкес келетін оңтайлы шешім табу керек.

Мақала авторы нарыққа жаңа өнімді енгізген кезде компания жауап беруі керек сұрақтардың дұрыс тұжырымдалуына ерекше назар аударады, атап айтқанда, көп факторлы жүйенің шешім қабылдау механизмін қолданады (Н. Простов, А. Ренард). Қорытындылай келе, мақала авторы стратегия стратегияны қызметтің бағыттары мен қызметінің ауқымын, оның ішінде өз күшін бір немесе бірнеше қызмет түріне шоғырландыру керектігін анықтауы керек деп атап өтті. Демек, бәсекелестік ортада жұмыс жасағанда, компания жаңа өнімді ұсынған кезде бәсекелестерінен артықшылық алуға мүмкіндік беретін стратегиялық шешімдер қабылдауға тырысуы керек.

Түйінді сөздер: өнімді шығару, жаңа өнім, нарық, бәсекелестер, стратегия, процесс.

Abstract. The article discusses the theoretical aspects of the process of introducing a new product to the market. The author notes that the launch of the product on the market is a

complex, multidimensional and consistent process. In this case, it is necessary to find the optimal solution that meets both the requirements of the market and the capabilities of the organization.

The author of the article pays special attention to the correct formulation of the questions that the company needs to answer when introducing a new product to the market, in particular, using the decision-making mechanism for a multi-factor system (N. Prostov, A. Renard). As a conclusion, the author of the article notes that the strategy should determine the areas of activity and the scope of the company's operations, including whether it should concentrate its efforts on one or several types of activities. Consequently, when operating in a competitive environment, the company, when introducing a new product, should strive to make strategic decisions that would allow it to gain advantages over its competitors.

Keywords: product launch, new product, market, competitors, strategy, process.

Развитие рынка товаров и услуг в данное время находится в состоянии усиления конкуренции и динамического изменения темпов различных экономических факторов, которые тем или иным образом оказывают влияние на существующее положение значительной части товаров и услуг на рынке. Наряду с этим становится очевидным перенасыщение рынков, которое происходит за счет большого числа выводимых новых продуктов. Сложившееся положение нуждается в грамотном и компетентном подходе к вопросам разработки стратегии вывода новых продуктов (товаров) на рынок.

Для того чтобы разработать стратегию нового товара, наиболее главной частью данного процесса представляется составление системы комплексного планирования программы вывода, так называемой стратегии, позволяющий компании все продумать заранее, учесть всевозможные риски, правильным образом организовать все имеющиеся и потенциальные ресурсы, одним словом, быть готовыми ко всему, что может произойти на рынке и в соответствии с этим принимать грамотные управленческие решения. Стратегия вывода нового товара на рынок должна работать на достижение основной стратегической цели – добиться реализации поставленных задач в области достижения запланированных показателей (по прибыли, обороту и т.д.).

Если проанализировать сложившуюся на сегодняшний день ситуацию с выводом новых товаров различных компаний, то становится очевидным, что большинство из них так и не добиваются задуманного. Несмотря на то, что в большинстве случаев продукт или услуга правильно разработаны, освоено производство, которое охватывает достаточные финансовые, интеллектуальные ресурсы, и, может быть, имеется даже и первый удачный опыт, но запустить товар в серийное производство все же не получается. Причиной неудач является отсутствие опыта в компаниях по выводу нового товара на рынок, на котором имеется сильное давление конкуренции.

Актуальность темы статьи объясняется также и тем, что современная практика показывает: есть успешные компании, которые смогли выйти на рынок со своим товаром благодаря каким-то другим факторам, нежели профессионально разработанная стратегия, но в то же время, значительная часть эмпирических исследований доказывает то, что компании, которые осуществляли вывод своего нового товара на рынок, строго соблюдая все правила стратегического менеджмента в части вывода товара, показывают все же лучшие результаты в данном вопросе. Также нельзя не принимать в расчет влияние финансово-экономического кризиса, который очень точно расставляет все точки над «i», указывая на то, что стратегические ошибки и неумение компаний реагировать на изменения во внешней среде могут довести компанию до банкротства. Следовательно, разработка стратегии вывода нового товара на рынок является наиболее приоритетной

компетенцией и задачей топ-менеджеров компаний, учитывая современное состояние рынка, его изменчивые условия и нарастающую конкуренцию.

Вывод товара на рынок – это достаточно непростой процесс, который нельзя рассматривать как-то односторонне. Сложность заключается в том, что нужно находить такие решения, которые бы удовлетворяли потребности рынка и в то же время соответствовали возможностям и ожиданиям компании. Вывод товара на рынок дает возможность предприятию стать увереннее в рамках определенного сегмента, увеличить конкурентоспособность и значительно нарастить объемы продаж. Чтобы нивелировать риск неудачного выхода на рынок (производя новый товар) важно предварительно создать модель по принятию решений, которые предоставят возможность выбрать наиболее верный вариант, избрать грамотную стратегию и выработать комплекс тактических действий по реализации продукта.

Одними из основателей концепции выхода на рынок являются К. Прахалад и Г. Хамель. Именно они разработали принципы, которые являются основой для организованного процесса по выводу нового товара на рынок [1, с.13]. Так, данная концепция выделяет как наиболее значимое знания, know-how, технологии, одним словом, все то, что дает возможность соответствовать требованиям рынка. К таковым относятся: обеспечение предприятия потенциальной возможностью доступа на разные целевые рынки, увеличение ассортиментной линейки новых товаров; обеспечение и наделение товара или продукта теми свойствами, которые наиболее нужны или привлекательны для потребителя, товары, которые сложно сымитировать. То есть, чтобы достичь максимального экономического эффекта современным предприятиям необходимо сфокусироваться на охват как можно большего количества покупателей, сделать свой товар наиболее привлекательным (с точки зрения обладания им конкурентным преимуществом) и все это важно делать очень быстро, так как конкуренция на рынке новых товаров (как, впрочем, и на других рынках) достаточно высокая и стремительная. В связи с этим, подчеркивают в своих исследованиях Е.П. Голубков [2, с.96], Е.Ф. Авдокушин [3, с.12], очень сложно все вышеназванное осуществить без соответствующей поддержки со стороны маркетинга.

А.И. Романов, В.В. Кеворков придерживаются точки зрения, что «для компании, которая намерена осуществлять свою деятельность на международных рынках, имеется ряд альтернатив: можно экспортировать свой товар – напрямую или через посредников; создавать дочерние компании; стратегические альянсы и совместные предприятия; организовывать филиалы и постепенно трансформироваться в транснациональные корпорации [4, с.61]. Г. А. Васильева отмечает, что, несмотря на то, что комплекс действий по выводу товара на рынок очень сложный и многоаспектный, тем не менее, как правило, программа выхода на международные рынки довольно схожа с программой выхода компании на иной сегмент внутреннего рынка. Набор действий практически тот же самый: проведение маркетинговых исследований рынка, выявление наиболее выгодного сегмента, акцентирование внимания на принципе позиционирования, создание стратегии, разработка тактики продвижения [5, с. 41]. Безусловно, имеются различия, в частности, в состоянии инфраструктуры той территории, куда планируется вывод товара. Поэтому на первый план выходят методы маркетинговой поддержки, призванные: предоставить наиболее полный охват целевой аудитории (B2C рынок); помочь выстроить персонализированные коммуникации с клиентом (B2B рынок); обеспечить наименьший уровень издержек и затрат [6, с.13].

В своих исследованиях Г.П. Багиев, Н.К. Моисеева и В.И. Черенко обозначают в качестве первостепенной задачи компании, которая собирается выводить свой товар на

рынок, то, что «...важно правильно выбрать стратегию, которая будет отвечать предъявляемым требованиям, а затем обеспечить возможность адекватного измерения полученных результатов. Для этого необходимо решить следующее: точно определить рыночные параметры, правильно выбрать средства продвижения и сделать грамотный отбор показателей оценки рыночного положения предприятия» [7, с. 511].

При этом следует заметить, что, осуществляя вывод нового товара на рынок, как правило, компании пытаются идти в одном русле с новейшими теоретическими разработками, принимая во внимание и опыт самих предпринимателей непосредственно. Причем опыт может быть как успешным, так и не очень удачным. В какой степени при выводе товара важно следовать методике, а в какой – на уже имеющийся опыт, какие инструменты при этом нужно применять - в основном данные моменты затрагивают интересы тех, кто планирует выводить новый товар на рынок. Учитывая это, нужно профессионально следовать всем трендам рынка, а это значит, что предприятию необходимо осуществить следующее:

- остановить выбор на нужном товаре;
- определить наиболее удачную сбытовую стратегию;
- выяснить, требуются ли еще какие-нибудь аналитические процедуры для того, чтобы компания обладала наибольшим объемом интересующей информации [8, с.24].

Чтобы ответить на указанные вопросы можно применять механизм принятия решений, многофакторную систему (Н. Простов, А. Ренард) (рисунок 1).

Сначала, считают Г.П. Багиев, Н.К. Моисеева, В.И. Черенко, важно определиться с основной целью, которую компания будет достигать с помощью нового выпускаемого товара. Затем проводится сбор информации, которая послужит основой для принятия тех или иных решений. Осуществляя сбор информации, важно проанализировать всевозможные альтернативы нового товара, внутренние возможности компании и конъюнктуру рынка [7, с. 511].

Р.Б. Ноздрева считает, что данный комплекс может состоять из различных стратегических решений, которые в свою очередь могут еще делиться или разбиваться на более простые задачи в процессе того, как они проходят свое принятие. Данная система проводит свой отбор среди наиболее правильных решений, учитывая возможные риски, также имеют место и альтернативные варианты. Все это должно обязательным образом корреспондироваться с условиями реального рынка [9, с.346].

Вдобавок указанная система подвергает анализу внутреннюю и внешнюю среды предприятия с точки зрения потенциальных рисков, для расчета которых используются данные, иллюстрирующие конъюнктуру рынка. Чтобы понять, насколько верно было выбрано то или иное решение, необходимо посчитать прибыль. Именно эта категория выступает мерилем успешности вывода на рынок. Это все потом, а вначале важно выбрать самую удачную стратегию сбыта [9, с.346].

Таблица 1

**Многофакторная система принятия управленческих решений
при выводе товара на рынок**

Внутренние возможности	Варианты выпуска нового продукта	Состояние конъюнктуры
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Анализ внутренней возможности	Анализ продукции конкурентов	Анализ внешней среды

Финансовые возможности	Оптимальный вариант нового продукта		Оценка рисков
Ресурсные возможности	Прогноз потребительских требований		Разработка мероприятий по снижению риска
Технические и технологические возможности	Формирование стратегии вывода нового продукта		
Кадровый потенциал	Адаптация стратегии при изменении конъюнктуры рынка	Дополнительная информация по контролю за состоянием	
<i>Примечание: источник [10, с.53]</i>			

Учитывая информацию об изменениях рынка, необходимо осуществлять корректирующую стратегию мероприятия (под влиянием изменяющихся условий). Это делается для того, чтобы своевременно проследить правильность сделанного выбора, произвести расчеты выгоды (в прогнозе) и уточнить возможные риски. Для учета всех вышеназванных моментов важно все это отобразить на дереве решений.

Принимая во внимание озвученные точки зрения ученых в сфере стратегического и международного маркетинга важно подчеркнуть: для профессионального и успешного вывода товара на рынок необходимо принимать во внимание все альтернативы, основываясь на анализе возможностей предприятия. Поэтому, важно осуществлять системный анализ, и наиболее подходящая для этого последовательность предложена Н.А. Ломагиным:

- разработка модели системы, отображенной или представленной в виде структуры;
- построение матрицы относительных оценок;
- расчет удельных весов всех предложенных альтернатив и выделение наиболее приоритетных [11, с.72].

Следует добавить, что, создавая многофакторную систему, важно исследовать, как отдельные составляющие, так и систему взаимосвязей. При этом нельзя сбрасывать со счетов исследование различных группировок в рамках имеющихся свойств, их распределение по уровням и, соответственно, возникающие связи, в частности, с элементами подчинения. Это означает, что компоненты одного уровня являются целями для компонентов другого, но одновременно с этим они составляют своего рода подчинительные связи с компонентами следующих, как правило, более высших уровней. Это делается для того, чтобы в итоге пришло понимание главной цели, она обозначается в виде глобальной и будет самой предпочтительной, когда товар будет выводиться на рынок.

На следующем уровне происходит анализ значимых факторов внешней среды. В качестве указанных факторов выступают часть рынка, которую занимает предприятие, наличие ресурсов, а также обладание компанией высокотехнологичными решениями.

Последний уровень обладает более детализированными факторами, которые представляют собой основу для того, чтобы компоненты второго уровня работали в надлежащем режиме. Это: сбытовые каналы и коммуникации, ресурсы, степень технологизации и автоматизации всех производственных линий и т. п.

Вышеуказанное позволяет понять, каким образом происходит формирование схемы, в рамках которой происходит выбор наиболее приемлемых альтернатив нового товара с учетом имеющихся возможностей компании и условий рынка.

С помощью проведения анализа внутренней среды компании представляется возможным оценить все имеющиеся у предприятия оценки, позволяющие посредством метода сравнения выделить наиболее важные элементы.

В ситуациях, полагают Календжян С. и Борш Г., «когда все величины относительных важностей имеют определенные свойства, следует провести вычисления удельных весов, после чего становится возможным выявить наиболее приоритетные варианты» [12, с.51].

Таким образом, выстраивается блок, который отвечает за содержание приоритетных альтернатив. В данном блоке происходит выделение самого удачного предложения по новому товару, который будет выводиться на рынок и соответствовать его требованиям, а также ожиданиям потребительской аудитории.

Это отмечают в своих исследованиях Р.Б. Ноздрева [9, с.346], Д.О. Ямпольская, В.С. Старостин, А. Коимур [6, с.23], а именно, в процессе вывода товара на рынок нельзя все предсказать, могут иметь место большое количество непредсказуемых моментов, которые не находятся в зависимости от воли или решений топ-менеджмента предприятия, а также факторы, которые должны обязательно приниматься в расчет и на которые следует обращать внимание. Таковыми выступают риск, который может появиться, если стратегия начинает сживаться в момент своей разработки. Тогда нужно сосредоточиться на каком-то единственном варианте стратегического решения, обладающего самым незначительным риском. Для определения такового важно выстроить таблицу вероятностей рыночных состояний и преимуществ, где всем вариантам соответствует уровень вероятности и преимуществ. Причем все это должно быть соизмеримо с состоянием рынка на момент составления таблицы. Так, существующее состояние рынка может быть рассмотрено в качестве конъюнктуры рынка, также оно должно соответствовать конкретному временному периоду и рыночной (политической и т.д.) ситуации, на это также оказывают свое влияние спрос и предложение рынка, ценовые изменения, запасы, компании-соперники и т.д.

Учитывая вышесказанное, можно рассматривать полезность как конечный результат, к которому стремится и которого добьется компания, если все товары, предназначенные для вывода на рынок, будут реализованы. Данный результат должен выражаться количественным образом. Если же специалисты компании смогут найти более лучший вариант по выводу товаров на рынок, то тогда нужно будет изменить решение и потом разработать новую политику сбыта и, соответственно, тактику, а также стратегию по наращиванию рыночной доли и увеличению прибыли [13, с.72].

Следует также принимать в расчет, что надежность и адекватность информации имеет большое значение для того, чтобы выбрать наиболее верное решение. Чтобы это осуществить, нужно посредством количественных методов анализа разработать матрицу преимуществ. Она будет основой для отбора оптимальной и соответствующей рынку сбытовой стратегии. Данная стратегия будет включать в себя наиболее возможные состояния рынка и все возможные преимущества, а также стратегические варианты.

Сначала составляют расчет возможных преимуществ всех отобранных стратегий, затем следует выбрать самую удачную.

Основываясь на понимании того, что рынок неоднороден в своем состоянии, поведении, следует поставить вопросы о том, как нужно улучшить свою стратегию, чтобы

компания не стагнировала, а постоянно развивалась. Это свидетельствует в пользу использования всех методов количественного прогнозирования положения на рынке.

Небольшое изменение состояния рынка будет сопровождаться сменой преимуществ, что может привести компанию к увеличению прибыли или же в обратном случае – к дополнительным убыткам и издержкам. Важно заметить, что практика уже доказала значимость сравнения затрат на получение частичной информации и затрат на нахождение дополнительной новой информации, что будет служить основой для нахождения самого лучшего управленческого решения. Обладая такой информацией лицо, принимающее решения, может влиять на априорные вероятности, а это является очень значимым в момент выбора решений. При этом нужно помнить, что все результаты маркетинговых исследований не бывают стопроцентно точными и не могут абсолютно соответствовать состоянию потребительских предпочтений по определенному продукту. Учитывая это, руководитель компании, который принимает решения, сравнивает вероятности того, как будут корреспондироваться результаты, полученные вследствие проведения маркетинговых исследований, и того, что на рынке происходит в конкретный момент.

Таким образом, стратегия вывода товара на рынок полностью зависит от того, посредством чего компания будет осуществлять свою деятельность в долгосрочном периоде и нужно осознавать, что претворение всех стратегических мероприятий займет много времени. Наряду с этим стратегия должна выявить области деятельности и диапазон активностей компании. Сюда входит решение о том, нужно ли предприятию фокусировать свои усилия только в одном направлении или же нужно использовать большее число видов деятельности. Так, работая в конкурентной среде, осуществляя вывод товара на рынок, предприятие должно стремиться к таким стратегическим альтернативам, которые дадут возможность быть лучше своих конкурентов.

Литература:

1. Hamel, G. The Core Competence of the Corporation / G. Hamel, C. K. Prahalad // Harvard Business Review. -1990.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2013. – 496 с.
3. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе. Учебное пособие / Е.Ф. Авдокушин. - М.: Дашков и К, 2017. - 328 с.
4. Романов А.И., Кеворков В.В. Маркетинг и конкурентоспособность организации / А.И. Романов, В.В. Кеворков. - КноРус - Москва, 2015. - 360 с.
5. Международный маркетинг. / Под ред. Васильева Г.А.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 342 с.
6. Ямпольская Д.О., Старостин В.С., Коимур А. Электронный маркетинг как инструмент сопровождения компании при выходе на внешний рынок // Вестник университета. – 2016. - № 8.
7. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И. Международный маркетинг. 2-е изд. СПб: Питер, 2018. – 688 с.
8. Асаул А.Н., Князь И.П., Коротаева Ю.В. Теория и практика принятия решений по выходу организаций из кризиса / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А.Н. Асаула. – СПб: АНО «ИПЭВ», 2017. -224 с.
9. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг. – М.: Экономистъ, 2005.

10. Простова Н., Ренард, А. Вывод нового продукта на рынок // Управление компанией. – 2015. – № 10 (53).
11. Ломагин Н.А. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М.: Юрайт, 2016.
12. Календжян С., Борш Г. Международный маркетинг: учебник. – Издательский дом «Дело», 2016. – 78 с.
13. Ковалев А.И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ. М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. - 176 с.

ГРНТИ 06.51.67
УДК 339.372.84

К.К. Теметаев

Построение системы сбыта: некоторые теоретические аспекты

Сату жүйесін құру: кейбір теориялық аспектілер

Building a sales system: some theoretical aspects

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые теоретические аспекты понятия системы сбыта, в частности, раскрывается понятийный аппарат указанного термина, цели сбыта продукции, а также основные функции. Автор статьи отмечает, что основным условием эффективности системы сбыта является выбор способов, средств и путей обслуживания каналов товародвижения. При этом выбор метода (способа) сбыта, формы сбыта и каналов (путей) сбыта затрагивает весь инструментарий маркетинга. Особый акцент в статье делается на рассмотрении и выборе каналов сбыта. В качестве вывода автор статьи подчеркивает: чтобы создать соответствующую рынку эффективную систему сбыта нужно очень многое осуществить и контролировать, управлять совершенствованием всех процессов, влияющих на реализацию продукции, а также постоянно оценивать позиции остальных игроков на рынке.

Ключевые слова: сбыт, каналы, распределение, система, эффективность, сбытовая политика.

Аннотация. Мақалада сату жүйесі тұжырымдамасының кейбір теориялық аспектілері, атап айтқанда, осы терминнің концептуалды аппараты, маркетингтік өнімдердің мақсаттары, сонымен қатар негізгі қызметтері туралы айтылады. Мақала авторы маркетинг жүйесінің тиімділігінің басты шарты - тарату арналарына қызмет көрсету тәсілдерін, құралдары мен тәсілдерін таңдау екенін айтады. Сонымен қатар, маркетингтік әдісті (әдісті), сату формасын және маркетинг арналарын (жолдарын) таңдау бүкіл маркетинг құралына әсер етеді. Мақалада бөлу арналарын қарастыруға және таңдауға ерекше назар аударылады. Қорытындылай келе, мақала авторы: нарыққа сәйкес келетін тиімді маркетинг жүйесін құру үшін көп нәрсені енгізу және бақылау қажет, өнімді сатуға әсер ететін барлық процестерді жетілдіруді басқару керек, нарықтағы басқа ойыншылардың ұстанымдары үнемі бағалануы керек.

Түйінді сөздер: сату, арналар, бөлу, жүйе, тиімділік, сату саясаты.

Abstract. The article discusses some theoretical aspects of the concept of a sales system, in particular, the conceptual apparatus of this term, the goals of marketing products, and also the main functions are revealed. The author of the article notes that the main condition for the effectiveness of the marketing system is the choice of ways, means and ways of servicing the distribution channels. At the same time, the choice of a marketing method (method), a sales form, and marketing channels (paths) affects the entire marketing toolkit. Particular emphasis in the article is on the consideration and selection of distribution channels. As a conclusion, the author of the article emphasizes: in order to create an effective marketing system that is appropriate for the market, a lot needs to be implemented and monitored, the improvement of all processes affecting the sale of products should be managed, and the positions of other players in the market should be constantly evaluated.

Keywords: sales, channels, distribution, system, efficiency, sales policy.

В настоящее время, в условиях насыщенности казахстанского рынка различными видами товаров и услуг, становится не просто выстраивать эффективные системы сбыта, которые позволяют предприятию удерживать рыночные позиции, следствием чего является увеличение доли рынка, завоевание преданности потребителей и получение достаточной и стабильной прибыли. Растущая изо дня в день конкуренция заставляет предпринимателей заниматься поиском наиболее эффективных методов сбыта по реализации однородных товаров. Преодоление конкуренции – это сложная задача, решение которой во многом зависит от того, какие методы управления в области маркетинга, менеджмента и финансов выберет то или иное предприятие.

Сбыт является основным и неотъемлемым элементом процесса воспроизводства, выполняет функции завершения процесса производства, доводит продукцию до потребителей, удовлетворяет их многообразные потребности [1, с. 35].

Сбыт представляет собой процесс передвижения и передачи товаров и услуг от производителя к потребителю, включая транспортировку и хранение [2, с. 44].

Исходя из определений, данных Т.А. Тультаевым и В.Н. Наумовым, сбытовая деятельность и возможность ее осуществления – это базовый аспект для реализации любой предпринимательской инициативы. Для нормального функционирования предприятия нужно продавать товар и таким образом осуществлять воспроизводственный процесс, чтобы получать деньги и покупать материальные ценности, нанимать рабочую силу, оплачивать различные услуги, налоги государства и так далее. Затем вновь запускать процесс продаж с целью извлечения прибыли.

Принимая это во внимание, становится очевидным, что процесс реализации товара представляет собой сбыт. То есть сбыт определяется в качестве деятельности предприятия, связанной с поставкой товара для того, чтобы затем его продать. В рамках научного понимания, с учетом современных тенденций, сбыт можно обозначить как логистическую операцию, которая проводит доставку продукции потребителю. Это может быть сделано напрямую или через посредников. Для осуществления эффективного сбыта компании необходимо разрабатывать сбытовую политику, от которой зависит достижение главной цели организации. Сбытовая политика основывается на выборе самой оптимальной схемы продвижения товара. На рисунке 1 отображены цели сбыта продукции компании.

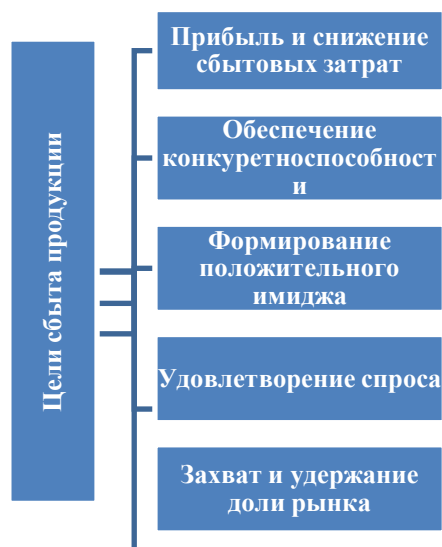


Рисунок 1. Цели сбыта продукции

Примечание: составлено автором

От упомянутых выше целей деятельности по сбыту исходят главные задачи сбыта, которые субъект экономики разрешает в процессе реализации мероприятий по сбыту. Данные задачи направлены на увеличение прибыли компании в рамках наибольшего удовлетворения спроса потребителей на тот или иной товар. Так, например, для экономической пользы трейдеров улучшенная сбытовая система дает возможность наилучшим образом, в частности, благодаря экономически обоснованному поведению на рынке, обеспечивать достижение поставленных целей и, соответственно, получение наибольшей прибыли.

В комплексе с вопросами, которые необходимо решать, сбыт также ответственен за выполнение основных функций, которые образуют такие группы, как планирование сбытовой деятельности, ее организация и соответствующий контроль (рисунок 2).

Все торговые компании ведут свою деятельность, каждая разрабатывает свою собственную политику, но в большинстве своем вся торговля складывается из следующих составляющих:

- номенклатура и объемы товара;
- количество потребителей и территория их распределения;
- характер и формы товародвижения;
- имидж трейдера.

Учитывая это, становится возможным выделить направление по стратегическому управлению сбытом как основное, на котором базируются все остальные функции компании. Так, наиболее общий смысл понятия «стратегическое управление сбытом» означает руководство сбытовой деятельностью предприятия, которое ориентируется на деятельность в долгосрочном периоде.

Накопленный опыт ведения бизнеса предоставляет различные методы сбыта, но они разнятся в зависимости от сферы предпринимательства. В первую очередь на сбыт влияет специфика отрасли, в которой осуществляет деятельность субъект предпринимательства, а во вторую очередь другие обстоятельства и факторы, такие как географическое расположение, емкость рынка или граница потребления, культура потребления и др. Поэтому необходимо решить вопрос по выбору оптимального способа

сбыта продукции, а также постоянно совершенствовать и улучшать эту методологию, чтобы обеспечить тем самым, в какой-то степени, управление сбытом. Это позволит компании управлять сбытом, а значит планировать свою деятельность, что является основой стабильного поступления прибыли в компанию.



Рисунок 2. Основные функции сбыта на рынке b-2-b

Примечание: составлено автором

Ни для кого не секрет, что конкуренция на фоне мирового кризиса в последнее время обострилась, поэтому становится важным для всех участников рынка отслеживать действия лидеров рынка, поскольку от гибкости в выборе методов сбыта зависит, будет ли успешен для компании год, с точки зрения прибыли, или нет.

Как уже ранее было сказано, емкость рынка или граница потребления рынка являются серьезным препятствием для предпринимательства. Поэтому определение наиболее эффективного метода сбыта по сравнению с конкурентами является вопросом выживаемости компании в ближайшей перспективе.

Эффективность организации сбыта на предприятии можно оценивать с разных позиций. Один из основных показателей – это объем, который оценивается либо в денежном выражении, либо в натуральном, каждый из которых имеет свои недостатки и достоинства.

Основным условием эффективности системы сбыта является выбор способов, средств и путей обслуживания каналов товародвижения. При этом выбор метода (способа) сбыта, формы сбыта и каналов (путей) сбыта затрагивает весь инструментарий маркетинга. Товаропроизводителю необходимо учесть рекомендации по принятию сбытово-политических решений по обеспечению эффективности системы сбыта.

Для того чтобы принять решение о выборе какой-либо из систем необходимо быть осведомленным о том, что является главными особенностями системы реализации, так как это базовая часть метода сбыта. В соответствии с этим в дальнейшем формируется вся внутренняя структура выбираемой системы сбыта. Другие решения в

рамках метода, а именно, насколько самостоятельна или зависима система реализации относительно производителя и собственника, а также уровень удаленности от конечного потребителя, в дальнейшем будет уже зависеть от выбранной стратегии сбыта компании.

Правильно выбрать форму сбыта представляется возможным не только, если разработана стратегия сбыта, но и от того, какие имеются рынки сбыта, какой товар производит компания, какими финансовыми, кадровыми и другими возможностями предприятие располагает. Также нельзя сбрасывать со счетов и расходы на сбыт, данная статья, важно добавить, играет не последнюю роль при выборе формы сбыта. Наряду с этим, нельзя не учитывать сложившиеся взаимосвязи, которые выстраиваются в системе распределения относительно продаж и маркетинговых решений в логистике компании.

Так, если предприятие располагает небольшим аппаратом, то компании может потребоваться расширение (увеличение числа) торговых подразделений, в случае же, если компания испытывает состояние перегруженности, топ-менеджменту необходимо также принимать какое-то решение по оптимизации, например, не является эффективным или работающим на увеличение прибыли компании фактором содержание дорогостоящих внешних складов. И то, и другое влияет на выбор формы сбыта. Ввиду этого перед специалистами любой компании стоит задача по выбору каналов сбыта. Указанный выбор обуславливается наличием, долей непосредственных продаж производителем, уровнем централизации или распределения сбытовых функций товаропроизводителя, а также степенью контроля за рынком сбыта.

Данная классификация может быть использована с целью определения всех возможных форм, методов и каналов сбыта, идет ли речь об освоении нового рынка или совершенствовании уже существующей системы сбыта. Кроме того, необходимо учитывать, что наиболее подходящая система сбыта для одного товара может оказаться непригодной для другого, и правильное построение оптимальной системы сбыта - задача, решаемая в рамках стратегии каналов распределения [3, с.9].

Принимая это во внимание, становится очевидным, что на выбор стратегии сбыта компании и, соответственно, канала оказывают влияние ограничения, которые исходят от целевого рынка, потребительское поведение, отличительные признаки товара и компании, а также иные факторы. На практике случается, что в зависимости от выбранного сегмента рынка применяются различные системы сбыта. Так, для принятия решения о выборе каналов сбыта необходимо провести анализ основных факторов. Все это можно выразить в виде алгоритма (рисунок 3).



Рисунок 3. Алгоритм принятия решения о выборе канала сбыта

Примечание – составлено автором

Выявление особенностей клиентов. Для этого проводится анализ потребностей и потребительских предпочтений, устанавливается численность покупателей, рассчитывается концентрация и устанавливается, с какой частотой происходит процесс приобретения, а также при каких условиях.

Исследование тенденций развития предприятия с точки зрения качественных характеристик товара (потребительские свойства, конкурентные преимущества, способность удовлетворять потребности клиентов).

Осознание методик конкурентов по продвижению товаров (насколько агрессивно осуществляется продвижение, какие инструменты используются, способы и объемы реализации, особенности мотивации персонала и многое другое).

Анализ путей реализации (какие есть и какие планируют использовать конкуренты, а также постоянное сравнение эффективности каждого способа-пути). В этом процессе следует признать, что главными игроками этого сбытового канала являются производители товара, потребители товара и лица, доставляющие товар от производителя до потребителя.

Управление каналами сбыта (причем производится постоянный учет реализации в сопоставлении с плановыми показателями как по ассортименту, так и по объемам, также анализируется и отслеживается развитие рынка (в каком этапе он находится – рост, перепроизводство-кризис, падение продаж и т.д.), осуществляется оценка географических особенностей рынка, изменение издержек обращения в зависимости от сезонности и т.д.) для контроля рентабельности.

После пройденных этапов менеджмент компании принимает решение о выборе сбытовой политики и соответствующего канала сбыта, который должен корреспондироваться с направлением производимой продукции. Для более эффективного сбыта многие практики используют разные каналы товародвижения. Например, если имеет место высокая концентрация потребителей однородной продукции в едином географическом пространстве, то необходимо пользоваться прямым каналом. В случаях, когда потребители рассеяны по большой территории – нужно использовать посреднические структуры. Современная действительность демонстрирует значительное разнообразие по функциям, как в рамках одного рынка, так и для разных.

Каналы распределения различаются по количеству уровней, из которых они состоят. В качестве уровня выступает посредник, он осуществляет определенные функции для сближения товара и конечного потребителя. Так как часть работы осуществляет производитель и конечный потребитель, значит, они являются составляющими канала. Длину канала можно определить в зависимости от количества промежуточных уровней, которые находятся между производителем и потребителем. Представляя уровни канала, они также выступают и членами канала распределения. Так, бывают каналы нулевого уровня, одноуровневые, двухуровневые и трехуровневые каналы распределения.

Каналы распределения независимо от количества уровней можно объединить в три группы:

1. Простой канал распределения: продвижение товаров создается на основе прямых хозяйственных взаимоотношений с потребителями по схеме: производитель - конечный потребитель.

2. Косвенный канал распределения: обязательно присутствует независимый участник товародвижения - посредник.

3. Смешанный канал распределения сочетает функции первых двух. Основной критерий выделения третьей группы: выделение определенной группы потребителей, с которыми устанавливаются прямые связи, а с остальными потребителями - косвенные, или когда по одним видам продукции контакты с заказчиком непосредственные, а по другим – опосредованные [4, с.71].

Чтобы увеличить эффективность системы распределения необходимо изменить или совершенствовать организационные структуры, способы и инструменты регулирования деятельности по реализации. Осуществление видения маркетинга в предпринимательстве возможно, если создать организационную модель, которая бы обеспечила осуществление исследования в сфере маркетинга, что позволило бы изучить рынок и потребительские ожидания. Создание наиболее эффективной службы маркетинга зависит от многих факторов и обстоятельств, например, от масштаба предпринимательства, т.е. чем больше масштаб, тем иначе будет выглядеть форма организации службы маркетинга и, соответственно, это повлияет на организацию сбыта.

Следовательно, непосредственное строение внутренней среды в компании зависит от многих факторов и обстоятельств: масштаба предпринимательства, сферы деятельности, остроты конкуренции, состояния на рынке. Для того чтобы выявить основные пути реализации необходимо осуществить определенный анализ, например, оценить эффективность процессов, посредников, контрагентов, персонала, а также оценить риски и многое другое по принципу «мелочи не играют главной роли, мелочи решают все», т.е. все важно для достижения поставленной цели, в частности:

- улучшение путей реализации товара;
- управление факторами, влияющими на конкурентоспособность товара;
- определение масштаба деятельности компании, т.е. границ потребления товара;
- работа с контрагентами для повышения качества связей, налаженности работы, повышения планирования сбыта и т.д.

Таким образом, чтобы создать соответствующую рынку эффективную систему сбыта нужно очень много осуществить и контролировать, управлять совершенствованием всех процессов, влияющих на реализацию продукции, а также постоянно оценивать позиции остальных игроков на рынке.

Литература:

1. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг. - Московская финансово-промышленная академия. - Москва, 2013. - 137 с.
2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта. - М., 2013.- 344 с.
3. Герасимов К.Б. Система управления продажами / К.Б. Герасимов. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2015. - 9 с.
4. Управление продажами: учебник / Голова А.Г. - М.: Дашков и К, 2017. - 280 с.

ГРНТИ 06.56.31
УДК 338.22

Г.А. Орынбекова
Н.Т. Абдраманов

Тенденции формирования и развития государственной службы в Республике Казахстан

Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметінің қалыптасу және даму тенденциялары

Formation and development trends public service of the Republic of Kazakhstan

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые этапы формирования и развития государственной службы в Казахстане, проведен анализ состояния кадров государственной службы за последние три года. Отмечены особенности казахстанской модели государственной службы. Стадии развития электронного правительства освещены с учетом особенностей цифровизация государственного управления. Сделаны выводы о необходимости повышения компетентности и профессионализма госслужащих для повышения эффективности государственного управления.

Ключевые слова: государственная служба, модели меритократии, концепции, электронное правительство, кадры, эффективность управления

Аннотация. Мақалада Қазақстанның мемлекеттік қызметінің қалыптасуы мен дамуының негізгі кезеңдері қарастырылған, мемлекеттік қызмет кадрларының соңғы үш жылдағы жағдайы талданған. Мемлекеттік қызметтің қазақстандық моделінің ерекшеліктері атап өтілді. Электрондық үкіметтің даму кезеңдері мемлекеттік басқаруды цифрландырудың ерекшеліктерін ескере отырып қарастырылады. Мемлекеттік басқарудың тиімділігін арттыру үшін мемлекеттік қызметшілердің құзыреттілігі мен кәсібилігін арттыру қажеттілігі туралы қорытынды жасалады.

Түйінді сөздер: мемлекеттік қызмет, меритократия модельдері, тұжырымдамалар, электрондық үкімет, кадрлар, басқарудың тиімділігі.

Abstract. The article considers the key stages of the formation and development of the civil service of Kazakhstan, analyzes the state of civil service personnel over the past three years. The features of the Kazakhstan model of public service are noted. The stages of development of e-government are covered taking into account the specifics of digitalization of public administration. Conclusions are drawn on the need to increase the competence and professionalism of civil servants in order to increase the effectiveness of public administration.

Keywords: public service, meritocracy models, concepts, e-government, personnel, management efficiency

В современных условиях разрешение ключевых вопросов развития государственной службы играет значительную роль в реализации Пяти институциональных реформ и Плана нации, так как одной из первых институциональных реформ названо формирование профессионального государственного аппарата, а одной из первых задач - модернизация процедуры поступления на госслужбу [1]. В послании народу Казахстана Президент РК Касымжомарт Токаев призвал «воплотить в жизнь

концепцию «Слышащего государства» путем постоянного диалога власти и общества для построения гармоничного государства, встроенного в контекст современной геополитики» [2].

За годы независимости государственная служба РК претерпела несколько этапов реформирования, что в итоге позволило усилить антикоррупционные меры, повысить прозрачность отбора госслужащих, разрешить ключевые вопросы профессиональной и должностной карьеры госслужащих.

В Национальном докладе о состоянии государственной службы в Республике Казахстан за 2018 год выделены три основных этапа развития госслужбы РК [3].

За годы независимости сформировался новый класс профессиональных управленцев, реализуются положения Концепции новой модели государственной службы, утвержденной в июле 2011 года и основанной на принципе меритократии, согласно которому на руководящие посты выдвигаются наиболее способные люди, отбираемые из всех социальных слоев.

Введение в действие в 2016 году Закона «О государственной службе» позволило более четко регулировать отношения, связанные с отбором, поступлением, прохождением, прекращением государственной службы, определить систему материального обеспечения и социальной защиты госслужащих. Анализ данных мониторинга состояния кадров государственной службы представлен в таблице 1.

Различают две основные модели государственной службы - позиционную и карьерную, - однако в любой стране в одном только виде они не существуют, можно говорить о преобладании признаков либо позиционной, либо карьерной модели. При позиционной модели можно поступить на госслужбу на любом ее этапе. В Казахстане происходит переход к карьерной модели государственной службы, по которой предусмотрены поступление на госслужбу на конкурсной основе, дальнейшее продвижение «с низов» по служебной лестнице также в результате конкурсного отбора. Были серьезно изменены и обновлены правила поступления на государственную службу и правила проведения конкурсного отбора.

В казахстанской модели отбора на государственную службу задействованы следующие элементы меритократии: конкурсный отбор по деловым качествам, дающий практически равные возможности всем желающим попасть на госслужбу; оценка личных способностей, знаний и умений претендентов посредством тестирования; стимулирование эффективной деятельности госслужащих посредством поощрения наиболее перспективных и талантливых; постоянное обучение и повышение квалификации госслужащих. Однако, несмотря на то что, принцип меритократии называют «идеальным принципом управления», у него немало критиков.

Существует множество концепций, доктрин, моделей государственной службы, каждая из которых имеет свои направления. Используя теоретико-методологический подход, исследователи реформ государственного управления Кармыс Г.С., Бастаубаева А.Ж. называют по хронологии следующие модели государственного управления:

до 1980-х гг. - «государственное управление» (PublicAdministration);

1990-е гг. - «новое государственное управление»;

с 2000-х гг. - «новый государственный менеджмент» или «постновое государственное управление» [5].

Таблица 1

Анализ состояния кадров государственной службы РК

Показатели	на 1 января 2017 года		на 1 января 2018 года		на 1 января 2019 года	
	штат, ед	факт, чел.	штат, ед	факт, чел.	штат, ед	факт, чел.
Численность государственных служащих	98705	92203	98 499	91 830	98 726	90 932
Численность политических государственных служащих	433	425	436	428	453	443
Численность административных государственных служащих:	98272		98 063	91402	98 273	90489
Корпус «А»	519	485	279	267	285	271
Корпус «Б»	97753	91293	97 784	91135	97 988	90218
В центральных государственных органах, из них:	52616	49076	52 409	48735	52 363	47852
в центральных аппаратах	10059	9268	10 233	9397	10 487	9577
в территориальных подразделениях	42557	39808	42 176	39338	41 876	38275
В местных государственных органах в том числе:	46089	43127	46 090	43095	46 363	43080
штатных единиц в аппаратах маслихатов	1099	1036	1 100	1051	1 116	1068
в ревизионных комиссиях	654	615	654	584	654	601
Численность женщин		51151		50491		50 331
Средний возраст государственных служащих, лет		38,7		38,6		38,7
Средний стаж на государственной службе, лет		10,4		10,3		10,0
Средняя продолжительность работы в занимаемой должности, лет		3,7		3,5		3,8
Качественный состав государственной службы: высшее образование имеет проц. / чел., имеют послевузовское образование проц. / чел.		91,4/ 84304		91,8/ 84 310		91,7 / 83 421
				4,6 / 4 231		4,4/ 4 046

Примечание: составлено по данным сайта <http://qyzmet.gov.kz> [4]

Обзор литературы позволил выделить следующие основные концепции государственного управления (таблица 2).

Д.ф.н. А.Г.Барабашев считает, что основные административные парадигмы государственного управления изменяются под воздействием административных кризисов. Кризис рассматривается как «неспособность государств справиться с нарастающими вызовами инновационного развития, скоростью, многофакторностью и непредсказуемостью изменений. По мнению А.Г. Барабашева, государства «сражаются за выживание» в условиях нарастания потока инноваций. В это время не работают такие представления, как «win-win» стратегия или «zero-sum» - игра с нулевой суммой; более приемлемой и креативной является система управления «innovativewin». «Win-win» стратегия считается одной из самых известных переговорных стратегий. Авторами стратегии считают Роджера Фишера, Уильяма Юри и Брюса Паттона. Выделяют четыре разновидности стратегии: победа-поражение (win-lose), поражение-победа (lose-win),

поражение-поражение (lose-lose) и победа-победа (win-win). Для определения стратегии используют два критерия: значение отношений и значение результата [7,8].

Таблица 2

Современные концепции государственного управления*

№	Концепция госуправления	Краткая характеристика концепции
1	Weberian (W) - парадигма идеального государства и профессиональной бюрократии	исходит из фундаментального понимания государства и бюрократии как рационально «правильно» устроенных социальных институтов: иерархические управленческие структуры строятся из ячеек, регламентированных должностей; меритократия выступает основой подбора кадров и должностного роста; концепция дает возможность проводить собственную волю, даже вопреки сопротивлению, вне зависимости от того, на чём такая возможность основывается
2	NewPublic Management (NPM) - парадигма нового государственного управления	государство как система сервисных функций, деятельность государственных служащих сводится к оказанию государственных услуг; нацелена на оценку эффективности результата, расширение автономности агентств и конкурентоспособности, а также отношение к потребителю госуслуг как покупателю
3	Neo-Weberian (NW) – разновидность веберовской парадигмы	фундаментальное понимание сущности государства дополняется видением его этической природы и включает в себя обеспечение стабильности в государственных организациях, повышение требований к отбору на госслужбу, тщательную разработку процедур оказания госуслуг, а также повышенное внимание к ценностям и культуре в госорганах
4	Goodgovernance (GG) - общественно-государственное управление	госуправление как сеть взаимосвязей государства и граждан: граждане участвуют в принятии управленческих решений; считается, что эффективность управления заключается в достижении целей в сроки и с минимальными затратами
5	NewPublicPassion (NPP)	направлена на мотивацию и результативность в контексте госслужбы

Примечание: составлено по материалам лекции Председателя управляющего комитета Регионального хаба в сфере госслужбы А. Байменова [6]

Рассмотрим подробнее парадигму нового государственного управления *New Public Management (NPM)*, которая более приспособлена к инновационным изменениям. Возникшая в конце 1970-х гг. парадигма исходит из основ корпоративного управления, ориентирована на управление в эпоху глобализации. В условиях кризиса государственного управления нацелена на снижение роли государства в отношении общества и на качество исполнения функций. Новое видение данной концепции предполагает эффективное расходование государственных средств, расширение рамок антикоррупционных мер, бенчмаркинг услуг, внедрение и совершенствование механизмов государственно-частного партнерства, механизма государственных закупок, повышение роли и участия в госуправлении малого и среднего бизнеса. В концепции NPM особое внимание уделяется эффективному исполнению должностных обязанностей государственных служащих: прописываются должностные регламенты, ведется оценка эффективности со стороны потребителей государственных услуг, внедряются технологии

BSC и KPI. Функции государственных служащих становятся все сложнее, что требует развернутой классификации видов работ и оценки их эффективности. В методологию KPI вносятся технологии SMART, особенно при реализации программ с четко поставленными целями.

Помимо рассмотренных концепций существуют и другие. Например, *концепция государства как социо-кибернетической системы*: суть ее в усложнении мира и необходимости взаимодействия между различными участниками общества, достижения равновесия социальных сил и социальных интересов на основе взаимного доверия и взаимопонимания. В концепции политических сетей - информация, ресурсы вырабатываются в рамках сетевой структуры, когда личные и неформальные контакты, связи определяют успех государственного управления. Под влиянием информатизации сформировалась *концепция виртуального государства*, когда взаимоотношения с государственными органами строятся через электронный документооборот с применением новейших информационных технологий.

Идея «e-Government» зародилась в семидесятых годах прошлого века, в девяностые годы в экономически развитых странах в деятельность госорганов активно внедрялись процессы автоматизации. В начале этого века реализация идеи «e-Government» происходит во многих странах в полной мере благодаря развитию Интернет-сети и IT-технологий. Сегодня «электронное правительство» - это не просто электронный документооборот, а целая система, которая необходима для эффективной реализации функций госуправления в рамках концепции «New Public Management (NPM)».

Можно назвать несколько особенностей системы «e-Government», которые присущи многим странам. Во-первых: «электронное правительство» позволяет ориентировать госорганы на качественное удовлетворение интересов населения и бизнеса (клиентоориентированность), обеспечивает социальное равенство в доступе к государственным услугам; во-вторых: стимулирует внедрение инноваций в разные сферы жизни общества, в том числе в электронный бизнес и электронную торговлю; в-третьих: цифровые способы взаимодействия с гражданами на базе мобильных приложений и «электронного правительства» позволяют быстрее перейти к моделям «Открытое правительство» и «Слышащее государство». Таким образом, в современном мире «электронное правительство» - это важнейший компонент в развитии стран, идущих по пути информатизации и цифровизации.

Казахстан активно внедряет информационные технологии в сферу управления государством. Для оказания государственных услуг в стране создано «Электронное правительство» - на сегодня это базовая информационная инфраструктура для взаимодействия населения и государства, а также госорганов друг с другом. С 2010 года, когда впервые была озвучена идея «e-Gov», отмечают четыре стадии в развитии данного механизма: информационный, интерактивный, транзакционный и трансформационный, на котором «eGov» находится в данный момент. Во Всемирном рейтинге ООН в 2018 году Казахстан был на 39 месте из 190 стран по оценке уровня развития электронного правительства в мире [9]. Достижения электронного правительства РК за 2010-2018 годы представлены на рисунке 1.

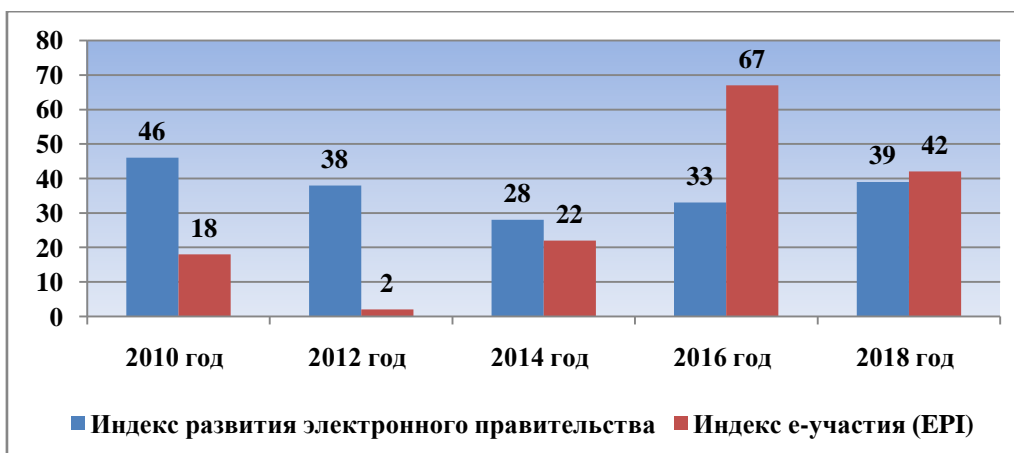


Рисунок 1. Достижения электронного правительства РК за 2010-2018 годы

В январе 2013 года была принята Государственная программа «Информационный Казахстан - 2020». Программа соответствует международным документам: Окинавской хартии глобального информационного общества (г.Окинава, Япония, 2000 год), Декларации принципов построения информационного общества (г. Женева, Швейцария, 2003 год), Плану действий Тунисского обязательства (г. Тунис, Тунисская Республика, 2005 год). Ключевые направления программы - обеспечение эффективности системы государственного управления; обеспечение доступности ИКТ и инфраструктуры; развитие отечественного информационного пространства. Программой были поставлены задачи повсеместного внедрения ИКТ, задачи по совершенствованию государственного управления, созданию «открытого» и «мобильного правительства», развитию доступности информационной инфраструктуры. Гражданам должны быть созданы возможности для освоения и получения навыков работы с IT- технологиями посредством электронного образования, получения услуг доступного электронного здравоохранения [10].

В декабре 2017 была утверждена Государственная программа «Цифровой Казахстан», рассчитанная на 2018-2022 годы. Одним из пяти направлений программы является «Переход на цифровое государство» [11]. В РК цифровизация государственного управления опирается на принципы digitalbydefault и digitalfirst, а также цифровой документооборот, пересмотр неэффективных процессов. Самоцифровизация предполагает внутреннее взаимодействие госструктур – G2G, взаимодействие с гражданами – G2C, взаимодействие с бизнесом – G2B. Принцип «digitalbydefault» или «цифровой по умолчанию» означает, что все госуслуги должны предоставляться в электронном формате, использование «OPEN API» предполагает получение услуг через сторонние приложения, при этом исключается истребование справок, развивается электронная биржа труда, осуществляется консолидация государственных систем и частных агентств занятости в общую интернет-площадку. Принцип «digitalfirst» или «цифровой первый» означает использование цифровых и нецифровых каналов для самообслуживания и опосредованного обслуживания. Услуга «Paperfree» или «Безбумажный документооборот» предполагает, что наиболее востребованные электронные справки будут отменены в результате повышения взаимодействия между государственными органами.

Цифровизация предполагает автоматизацию и перевод в электронный формат процессов внутренней деятельности государственных органов: кадровый, бухгалтерский учет, бюджетное планирование, планирование и исполнение государственных закупок, переписка с другими государственными органами. Для этого необходимо внедрение систем управления бизнес-процессами, построенных на принципах облачного вычисления, развитие систем интеллектуального анализа и прогнозирования на основе больших данных. Использование прогнозных моделей - технологий, опирающихся на большие массивы данных (Bigdata) позволит улучшить процессы принятия решений на государственном уровне. Такие прогнозных модели необходимы для формирования сценариев будущего поведения людей и принятия оптимальных решений в государственном управлении с учетом потенциальных рисков и возможностей. В процессы выработки наиболее предпочтительных сценариев взаимодействия государства и общества будут вовлечены неправительственные организации и граждане РК. В госуправлении соблюдение принципа «YellowPagesRule» предусматривает четкий перечень условий, процедур возможного участия государства в капитале частных компаний. Данный законопроект был принят в 2014 году. Соблюдение принципа «YellowPagesRule» означает ограничение создания дочерних структур госкомпаниями; невмешательство государства в те сферы экономики, где представлен бизнес; усиление роли антимонопольного органа.

По результатам проведенного исследования можно прийти к выводу, что основными положительными тенденциями формирования и развития государственной службы в Республике Казахстан являются следующие:

- за годы реформирования изменения и дополнения в законодательство о государственной службе способствовали институциональному совершенствованию государственной службы;
- реализация карьерной модели госслужбы на основе принципа меритократии привела к устойчивой тенденции роста госслужащих, получивших повышение по схеме «регион-центр»;
- стабильность и низкий уровень сменяемости кадров государственной службы;
- предоставление руководителям права оптимизации расходов позволило задействовать новые механизмы мотивации госслужащих;
- действующая система принципов госслужбы Казахстана в целом отвечает современным процессам и мировому опыту повышения эффективности госслужбы;
- использование цифровых технологий позитивно сказывается на эффективности государственного управления, создает информационную среду для социально-экономического и культурного развития общества.

Вместе с тем следует отметить, что необходимыми условиями успешного развития государственной службы РК, эффективного достижения поставленных целей является дальнейшее повышение компетентности и профессионализма госслужащих, обеспечение автономности госслужбы, снижение коррупционных правонарушений, обеспечение достойной оплаты труда и карьерного продвижения сотрудников, повышение уровня доверия населения к институтам власти. Для того чтобы совершенствовать систему управления государственной службой и кадрами необходимо активнее внедрять механизмы стимулирования постоянного обучения государственных служащих.

Системы материального стимулирования государственных служащих должны включать не обобщенные характеристики, а конкретные измеримые критерии премирования. Такие критерии, как результативность задания, своевременное

исполнение поручений, качество работы, использование инноваций - носят размытый характер и не всегда могут считаться однозначными для премирования. В этом плане интересен опыт управления результативностью других стран. Так, в Канаде цели деятельности органа власти и государственных служащих руководящего звена устанавливаются путем соглашений. Соглашение о результативности включает в себя такие показатели как время начала и конца определенного раздела работ; оперативные обязательства и критерии результативности; стратегические обязательства и критерии результативности; достигнутые результаты (заполняется в конце раздела работ); письменная оценка. В Корее используется метод «360 градусов», когда основой оценки результативности служит мнение не только вышестоящего руководителя, но и сотрудников, находящихся на «параллельных» должностях и мнение подчиненных [12].

Таким образом, с учетом парадигм современного государственного управления происходит поиск новых подходов и средств повышения эффективности государственной службы в соответствии с ростом запросов со стороны общества.

Литература:

1. План нации - 100 конкретных шагов. Программа Президента Республики Казахстан от 20 мая 2015 года [Электронный ресурс]. - URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs>.
2. Послание Президента РК «Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана», от 02 сентября 2019 года. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.government.kz>.
3. Национальный доклад о состоянии государственной службы в Республике Казахстан за 2018. [Электронный ресурс]. - URL: <http://qyzmet.gov.kz>.
4. Мониторинг состояния кадров государственной службы РК [Электронный ресурс]. - URL: <http://qyzmet.gov.kz>.
5. Кармыс Г.С., Бастаубаева А.Ж. SWOT и PEST анализ цифровизации HR-процессов госслужбы Казахстана / Кармыс Г.С., Бастаубаева А.Ж. // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. - № 1. - С. 140-163.
6. Байменов А. Материалы лекции «Государственное управление и лидерство» [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.apa.kz/ru/lekciya-alixana-bajmenova>.
7. Барабашев А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии. / Барабашев А. Г. // Вопросы государственного и муниципального управления – 2016 - № 3. - С. 163-194.
8. Оболонский А.В. Гражданин и государство: новая парадигма взаимоотношений и шаги по ее институционализации. / Оболонский А.В. // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2011. – № 1. – С. 5-16.
9. Как развивается электронное правительство в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. - URL: <https://egov.kz/cms/information>.
10. Указ Президента Республики Казахстан от 8 января 2013 года № 464 «О Государственной программе «Информационный Казахстан - 2020» [Электронный ресурс]. - URL: <http://adilet.zan.kz>.
11. Постановление Правительства Республики Казахстан № 827 от 12 декабря 2017 года Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан» [Электронный ресурс]. - URL: <https://online.zakon.kz>.
12. Божья-Воля А.А. Оценка результативности государственных служащих руководящего состава: международный опыт и российские перспективы. / Божья-Воля А.А. // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2009 - № 2 - С.82-103.

ГРНТИ 06.35.31
УДК 311.216

Е.Н. Үсенбаев
З.М. Сакенова

Особенности развития теории бухгалтерского учета

Бухгалтерлік есеп теориясының даму ерекшеліктері

Development peculiarities of record-keeping theory

Аннотация. Теория бухгалтерского учета представлена как знание, которое существует в форме логически связанных предположений, отражающих существенные, закономерные и необходимые связи объектов бухгалтерского учета, и привязано к модели, построенной на потребностях реальной учетной практики. Развитие теории бухгалтерского учета и совершенствование его исследования по существу один и тот же процесс.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, бизнес, наука, теория, реформирование системы, рыночная экономика, методические решения.

Аннотация. Бухгалтерлік есепті ұсынылған ретінде білу, ол нақты түрінде логикалық байланысты жорамалдарды көрсететін елеулі, заң негізінде және қажетті байланыс объектілерін бухгалтерлік есебі және байланысқан модельдер сүйенген қажеттіліктері нақты есептік тәжірибеде қарастырады. Бухгалтерлік есептің теориясы және дамытуын жетілдіру, оның ғылыми-зерттеу бойынша мәнімен негізі бір процесс болып табылады.

Түйінді сөздер: бухгалтерлік есеп, бизнес, ғылым, теориясы, жүйесін реформалау, нарықтық экономика, әдістемелік шешімдер.

Abstract: Theory of record-keeping is presented as knowledge, that exists in form the logically constrained suppositions, reflecting substantial, appropriate and necessary connections of objects of record-keeping and tied to the model built on the necessities of the real registration practice. Development of theory of record-keeping and perfection of his research essentially the same process.

Keywords: record-keeping, business, science, theory, reformation of the system, market economy, methodical decisions.

Бухгалтерский учет на сегодня обладает всеми атрибутами развитой науки – специфической предметной областью, понятийным аппаратом, организованным в теорию, набором методов представления данных, но, тем не менее, широта сферы интересов к информации, формируемой в бухгалтерском учете, позволяет судить о необходимости пересмотра его научного статуса, содержания и структуры.

Бухгалтерский учет рассматривается как область согласования интересов государства и бизнеса в условиях глобализации мировой экономики. Глобализация привела к тому, что многие аспекты бухгалтерского учета как научной дисциплины и

практической деятельности также приобрели международную окраску, при этом бухгалтерский учет еще не выведен на новый уровень методологии, используемой в мировой глобальной системе. Необходимо следовать единым правилам ведения учета, исчисления финансовых результатов и составления отчетности, что обеспечит достаточную прозрачность отчетных данных, их понимание и однозначную интерпретацию в международном контексте.

Теория бухгалтерского учета – это совокупность многообразных концепций, объединяемых закономерностями и спецификой требований и целей пользователей информации, формируемой в бухгалтерском учете как множество направлений, течений и школ, объясняющих учетный процесс со своих методологических позиций.

Современная теория бухгалтерского учета, по существу, несмотря на достигнутые результаты, находится в определенном кризисе, выходом из которого являются пересмотр целей, переформулировка подходов к изложению основных теоретических положений.

Ведущие ученые-экономисты отмечают, что уже исчерпаны традиционные подходы к определению бухгалтерского учета, путей его развития и возможности развития теории и методологии бухгалтерского учета в новых социально-экономических условиях. Структура бухгалтерского учета становится сдерживающим и экономически неоправданным для бизнеса фактором. Возникли серьезные сущностные и терминологические проблемы, связанные с новыми качественными характеристиками таких понятий, как активы, пассивы, капитал, резервы, доходы, расходы (новые свойства, тенденции, закономерности) [1, с. 87].

Вследствие перехода к рыночной экономике возникла необходимость реформирования всей системы бухгалтерского учета и отчетности, приведения ее в соответствие с международными стандартами учета и отчетности и внедрения новых технологий в сбор и обработку учетной информации, изменения функциональных обязанностей и статуса бухгалтеров. Международная интеграция экономики, в свою очередь, тоже предъявляет высокие требования к ведению бухгалтерского учета и составлению бухгалтерской отчетности. Для того чтобы стать полноценной частью мирового рынка, необходимо создать полноценный рынок финансовых услуг. Единый финансовый рынок имеет большое значение для развития экономики республики, так как он стимулирует экономический рост и обеспечивает высокий уровень занятости. В связи с этим возникает необходимость обеспечения большей сопоставимости финансовой отчетности в интересах пользователей. Выполнение этой задачи требует использования единых стандартов бухгалтерской отчетности для получения прозрачных, понятных, обеспечивающих основу для соответствующей аудиторской проверки данных и возможности эффективного контроля за их соблюдением [2, с.33].

Бухгалтерский учет в целях управления и делится на две части в зависимости от групп пользователей:

- финансовый учет, который охватывает информацию, используемую внутренними и внешними пользователями;
- управленческий учет, который охватывает все виды информации, удовлетворяющей потребности внутренних пользователей.

Большое значение уделяется в последнее десятилетие налоговому учету - это система учета, применяемая для расчета сумм налогов, подлежащих взносу в бюджет.

Управленческий и финансовый учет тесно взаимосвязаны и имеют отличительные признаки. Главное отличие финансового учета – необходимость соответствия

нормативным документам, регламентирующим бухгалтерский учет, и информация должна характеризовать результат свершившихся фактов за прошлый период.

Управленческий учет не является официальной обязательной формой учета и направлен на будущее. Он выступает источником развития финансового учета, расширяет его и обеспечивает менеджеров информацией для принятия управленческих решений.

Таким образом, бухгалтерский учет применяется для отражения и контроля за хозяйственной деятельностью предприятия и является функцией управления.

Бухгалтерский учет выполняет три основные функции:

1. Контрольная функция, которая заключается в установлении стандартов, критериев в сопоставлении их с фактическими результатами с целью корректировки для устранения недостатков и достижения наилучших показателей.

Основными направлениями контрольной функции являются:

- сохранность имущества субъекта;
- эффективное использование материальных и трудовых ресурсов;
- выявление внутренних резервов.

2. Информационная функция заключается в формировании и передаче бухгалтерской информации пользователям различного уровня. Бухгалтерский учет является основным посредником информации для прогноза планирования, стратегического и тактического управления хозяйственной деятельностью.

3. Аналитическая функция, которая направлена на оперативное регулирование хозяйственной деятельности и прослеживание динамики и тенденции развития предприятия в сравнении с отраслевыми показателями.

Исходя из сущности функций бухгалтерского учета, определены следующие основные задачи бухгалтерского учета:

- формирование полной и достоверной информации о хозяйственных процессах и результатах деятельности предприятий;
- обеспечение информацией государственных органов для контроля за соблюдением законодательства РК;
- контроль за наличием и движением имущества, рациональным использованием производственных ресурсов;
- выявление резервов, их мобилизация и эффективное использование;
- оценка фактического использования выявленных резервов. [3, с.124].

Сейчас встают задачи, не разрешимые старыми средствами и методами, так как появляются новые учетные объекты, к которым старые методы не могут быть приложены. Условием решения задачи становится разработка новых средств и методов.

Одна из задач заключается в рассмотрении проблемы построения знания о предмете бухгалтерского учета или, иначе, описании этого предмета в некоторой форме, соответствующей современным требованиям.

Бухгалтерский учет как науку определяет не только наличие предмета, но и наличие метода в виде строго определенных процедур сбора и представления данных. При этом основной методологической базой для бухгалтерского учета, как и для всех экономических наук, является экономическая теория.

Теория бухгалтерского учета представлена как знание, которое существует в форме логически связанных предположений, отражающих существенные, закономерные и необходимые связи объектов бухгалтерского учета, и привязано к модели, построенной на потребностях реальной учетной практики. Альтернативные учетные теории относятся к одному базису, но имеют разнотипные предметные поля. Развитие теории

бухгалтерского учета и совершенствование его метода исследования, по существу, один и тот же процесс. Не только теория реализуется в методе, но и метод развертывается в учетную теорию, оказывает существенное воздействие на ее формирование и на ход практики.

В поисках методологических оснований для построения современных концепций бухгалтерского учета в работе невозможно было обойти проблему традиции, поскольку она является одной из ключевых в споре о путях его развития, о том, что нужно оставить в прошлом и что приобрести в будущем. Через понятия «традиция» и «традиционное» выражено отношение к основополагающим концепциям бухгалтерского учета и к тому, что в таких концепциях следует считать основным.

Несмотря на определенное развитие, содержание бухгалтерского учета остается открытым, подвергаясь изменениям и дополнениям по мере возникновения новых требований практики. Оно демонстрирует невозможность однозначной интерпретации концепции бухгалтерского учета в границах ранее определенной структуры.

Рассмотрение парадигм бухгалтерского учета позволило заметить, что понятие «парадигма» шире понятия «теория» и предшествует ей. В него включены социально-психологические и этические правила и нормы. Определено, что выбор определенной учетной парадигмы обусловлен не только логическими критериями, как это принято в сфере строгой научной теории, но также философскими соображениями.

Современная бухгалтерская практика во многом основывается на содержании основных принципов бухгалтерского учета. Принципы бухгалтерского учета представлены как основные положения учетной теории и предопределяют все последующие, вытекающие из них утверждения, и как составная часть методологических приемов. К классу принципов, формирующих процедуру ведения бухгалтерского учета, предлагается отнести понятие справедливой оценки. А сам принцип справедливой оценки предлагается представить как систему учетных действий, позволяющих определить потенциальную ценность предприятия на основе информационного отражения отношений, сложившихся у него в процессе формирования активов и пассивов. Или, используя общепринятый стиль принципов бухгалтерского учета, можно предложить следующую трактовку: справедливая оценка – это стоимость имущества, обязательств и капитала предприятия, определенная на основе приоритета текущего экономического содержания факта хозяйственной деятельности над его юридической формой.

Развитие любой науки — это создание и совершенствование моделей тех объектов, которые данная наука изучает. Бухгалтерский учет в этом смысле не должен быть исключением. Поэтому метод моделирования, направленный на создание моделей в рассматриваемой предметной области, в данном случае в области бухгалтерского учета, следует рассматривать как один из важнейших инструментов развития его теории и на этой основе – совершенствования его практики.

Бухгалтерский учет, являясь одновременно наукой и искусством по ее практическому применению, и сегодня еще остается наукой преимущественно эмпирической. Его методология, по существу, повторяет те средства и методы, которыми бухгалтерский учет осуществляется на практике [4, с.21].

Для обоснования методических решений в теории и на практике используются примеры, представленные в виде громоздких и труднообозримых таблиц, которые за рубежом даже получили специальное название «Spreadsheet» - крупноформатные таблицы. В то же время в теории и практике учета практически не используется представление процедур учета в виде компактных и потому легко обозримых моделей,

уравнений и алгоритмов, с помощью которых могли бы прогнозироваться бухгалтерские и налоговые последствия принимаемых решений.

Разрабатываемые сегодня теории бухгалтерского учета, как правило, имеют частный характер, предназначены для решения конкретных (прикладных) задач, и в значительной степени зависят от социальных и исторических условий развития практики учета. Это обстоятельство препятствует развитию теории бухгалтерского учета, что также отражается на его практике, поскольку в этом случае его методология привязана не к общему, что объединяет, а к тем особенностям, которые разъединяют существующие национальные и профессиональные системы учета.

В то же время объединяющим фактором является то, что в любой национальной или профессиональной системе бухгалтерского учета всегда решаются две основные задачи: а) формирование первичной учетной информации с использованием метода двойной записи фактов хозяйственной жизни; б) преобразование первичной информации в сводные бухгалтерские отчеты. Результат решения первой задачи ситуативен, так как включает комбинаторику возможных учетных событий, которые в свою очередь могут отражаться в учете различными способами, в то время как алгоритмы формирования бухгалтерских отчетов детерминированы самой процедурой их составления.

Под организацией бухгалтерского учета принято понимать систему условий и элементов учетного процесса, состоящую из первичного учета и документирования совершаемых в организации операций, Плана счетов бухгалтерского учета, формы бухгалтерского учета, обусловленной используемыми учетными регистрами, формы организации учетно-вычислительных работ, отчетности. Эта система основана на правилах, присущих бухгалтерскому учету.

Бухгалтерский учет организуют и ведут исходя из особенностей деятельности организации и выбранной учетной политики.

Для рациональной организации бухгалтерского учета необходимо:

- * изучать нормативно-правовую базу, регулирующую ведение учета и отчетности;
- * анализировать организационные и производственные особенности организации с целью правильного выбора объекта и формы учета, документооборота, применять наиболее рациональные методы учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ и услуг) и др.;
- * определить характер и объем учетной работы с целью установления штата бухгалтерии и распределения работ между ее сотрудниками;
- * установить структуру аппарата бухгалтерии и формы его взаимосвязи с подразделениями организации.

В соответствии с принятыми положениями МСФО бухгалтерский учет следует организовывать по методу начисления и непрерывности деятельности.

Принципы учета лежат в основе ведения всего учетного процесса, составления отчетности.

Принципы бухгалтерского учета должны соблюдаться при формировании и использовании устава предприятия.

Согласно Закону РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» приняты следующие принципы: начисления; непрерывности деятельности; понятности; уместности; надежности; сопоставимости; отчетности.

Финансовая отчетность предприятия служит основным источником информации, где разносторонне отражается финансово-хозяйственная деятельность предприятия за отчетный период [5].

При составлении годового отчета предприятие должно руководствоваться

основными принципами ведения учета – это:

1. соблюдение в течение года принятого устава предприятия;
2. полнота опережения в учете всех хозяйственных операций;
3. правильность отнесения доходов и расходов;
4. тождество данных аналитического учета оборотам и остаткам по счетам бухгалтерского учета.

Вся существенная информация информирования должна быть раскрыта таким образом, чтобы финансовая отчетность была ясной, понятной для пользователей и совпадала с отчетными данными за соответствующие периоды прошлых лет с учетом изменений методологии. Перед составлением финансовой отчетности проводится подготовительная работа, в ходе которой осуществляется годовая инвентаризация и переоценка объектов.

Литература:

1. Палий В.Ф. Бухгалтерский учет. Учебник / В.Ф Палий. – М.: Прима, 2014. - С.250.
2. Чайковская Л.А. Концептуальные подходы к исследованию теории и методологии бухгалтерского учета // Научная сессия МИФИ. Сборник научных трудов. Том 13 «Экономика и управление». - Алматы, 2015, 79-83 с.
3. Нурсейитов Э.О. Национальный бухгалтерский учет и МСФО. - Алматы, изд. LEM, 2015.
4. Рахимбекова Р.М., Кеулимжаев К.К. Айтжанова Л.Ж., Салменова А. Финансовый учет на предприятии. - Алматы, Экономика, 2015.
5. Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28.02.2007 г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.04.2018 г.)

ГРНТИ 06.81.45
УДК 338.534

Д.К. Тукубаев

Ценовая политика предприятия: особенности и методы расчета цены

Кәсіпкердің бағыс саясаты: баға қалыптастыру мәселелері және әдістері

Price policy of the enterprise: features and methods of price calculation

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические аспекты понятия ценовой политики, ее особенностей, процесса ценообразования и методов расчета цены. Автор проводит анализ определений ценовой политики, выделяя, что компания сама решает, каким образом следует ее разрабатывать, обозначая и решая при этом ряд вопросов.

Также автор отмечает, что при определении уровня цен в сложившихся рыночных условиях наиболее значимым представляется нахождение верного баланса между ценой, которую потребитель желает и в состоянии заплатить, и издержками, которые компания несет в результате производства данного товара. В связи с этим у финансово-экономического отдела компании появляется главная задача – правильно определить

рыночную себестоимость на собственную продукцию. Эта себестоимость должна отвечать (соответствовать) требованиям внешней и внутренней среды компании. Исследуя теоретические аспекты ценовой политики, ее особенностей, процесса ценообразования и методов расчета, автор приходит к выводу, что выбор метода ценообразования и установление окончательной цены имеют огромное значение для успеха предприятия.

Ключевые слова: ценовая политика, компания, ценообразование, метод, затраты, издержки.

Аннотация. Мақалада баға саясаты тұжырымдамасының теориялық аспектілері, оның ерекшеліктері, баға белгілеу процесі және бағаны есептеу әдістері қарастырылады. Автор баға саясатының анықтамаларына талдау жасай отырып, компания оны қалай дамыту керектігін, бірқатар мәселелерді анықтап, шешетіндігін айтады.

Сондай-ақ, автор қалыптасқан нарықтық жағдайдағы баға деңгейін анықтай отырып, тұтынушы қалайтын және төлей алатын баға мен компанияның осы өнімді өндіру нәтижесінде шеккен шығындары арасындағы дұрыс тепе-теңдікті табу маңызды екенін атап өтеді. Осыған байланысты серіктестіктің қаржы-экономикалық бөлімінде басты міндет - өз өнімінің нарықтық құнын дұрыс анықтау. Бұл шығындар компанияның сыртқы және ішкі ортасының талаптарына сәйкес келуі керек. Баға саясатының теориялық аспектілерін, оның ерекшеліктерін, баға белгілеу процесі мен есептеу әдістерін зерттей отырып, автор баға әдісін таңдау және түпкілікті бағаны белгілеу кәсіпорынның табысы үшін үлкен мәнге ие деп тұжырымдайды.

Түйінді сөздер: баға саясаты, компания, баға, әдіс, шығындар, шығындар.

Abstract. The article discusses the theoretical aspects of the concept of pricing policy, its features, the pricing process and methods of calculating prices. The author analyzes the definitions of pricing policy, highlighting that the company itself decides how to develop it, identifying and resolving a number of issues.

The author also notes that, determining the price level in the prevailing market conditions, the most significant is finding the right balance between the price that the consumer wants and is able to pay, and the costs that the company incurs as a result of the production of this product. In this regard, the financial and economic department of the company has the main task - to correctly determine the market cost of its own products. This cost should meet (meet) the requirements of the external and internal environment of the company. Studying the theoretical aspects of pricing policy, its features, pricing process and calculation methods, the author concludes that the choice of pricing method and setting the final price is of great importance for the success of the enterprise.

Keywords: pricing policy, company, pricing, method, costs, costs.

В условиях рыночной экономики, когда все усилия компаний нацелены на достижение коммерческого результата, большое значение имеет правильно выбранная ценовая политика, в частности, насколько рационально топ-менеджмент компаний подбирает комплекс методов и стратегий для достижения этого результата. Так, правильная или неверная ценовая политика оказывает долгосрочное влияние на всю деятельность компании в части ее производственно-сбытовой направленности.

Ценовую политику можно обозначить в качестве наиболее значимого механизма, позволяющего добиться различных приоритетов экономического развития предприятия. Она оказывает воздействие на объем операционной деятельности компании, позволяет

создавать его имидж и существенно влияет на финансовое состояние предприятия. Другими словами, ценовая политика – это своего рода очень эффективный инструмент для ведения конкурентной борьбы. Ценовая политика также является собой значимый компонент стратегии развития компании, аккумулируя в себе как стратегические, так и тактические вопросы.

Стратегические аспекты ценовой политики содержат в себе договорные мероприятия по установлению и изменению цен. Эти мероприятия направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы и на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг в соответствии с целями и задачами общей стратегии фирмы.

Тактические аспекты ценовой политики включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера. Они направлены на устранение деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети вследствие непредвиденных изменений цен на рынке и (или) поведения конкурентов, ошибок управленческого персонала, и могут иногда идти вразрез со стратегическими целями фирмы [1, с.34].

Рассматривая понятийный аппарат темы статьи, необходимо отметить, что под политикой понимаются общие позиции, на которые нацелена компания в рамках установления цен на свои товары и услуги. Посредством этих позиций компания планирует добиться главных целей, которые могут выражаться в развитии предприятия, максимизации прибыли, наращивании в непродолжительные сроки оборота, повышении качества производимой или реализуемой продукции [2, с.521].

Как отмечает в своих исследованиях Е.В. Бакальская, ценовая политика – это механизм или модель принятия решения о поведении предприятия и модель принятия решений о поведении предприятий на основных типах рынков для достижения поставленных целей хозяйственной деятельности [3, с. 442]. Исходя из этого определения, можно отметить, что компания сама решает, каким образом следует разрабатывать свою ценовую политику, обозначая и решая при этом такие вопросы:

- когда нужно применять ценовую политику;
- в каких случаях уместно ответить посредством цены на действия конкурентов;
- с помощью каких инструментов ценовой политики возможно сопровождение нового продукта (услуги) на рынок;
- на какие продукты (услуги) из того, что уже реализуется компанией, следует менять цены;
- в условиях каких рынков уместно внедрять агрессивную ценовую политику и менять ценовые стратегии;
- каким образом, применяя временные интервалы, необходимо вводить ценовые изменения;
- вследствие чего возникает возможность по активизации сбыта;
- посредством чего следует принимать во внимание имеющиеся внутренние и внешние ограничения предпринимательской деятельности для изменения ценовой политики (рисунок 1).

Основной целью ценовой политики является максимизация прибыли при заданном объеме продаж на единицу времени. Разрабатывая ценовую политику, руководство каждого предприятия самостоятельно определяет задачи, подлежащие решению. Иногда задачи могут противоречить друг другу, к примеру:

- максимизация выручки, в том случае, если выручка важнее прибыли. Это касается товаров с ограниченным сроком хранения или сезонных товаров;

– максимизация цены в тех случаях, когда основные акценты ставятся на имидж компании, и, соответственно, ее репутация важнее объемов продаж. Такое возможно, когда происходит искусственное ограничение спроса по причине невозможности его удовлетворения;

– максимизация объемов продаж, это становится предпочтительным при том, что удержать рынок представляется компании наиболее значимым, нежели прибыль. То есть речь идет о способах завоевания рынка;

– усиление конкурентоспособности, когда цена является определяющим фактором по увеличению объема продаж. Это применимо к тем случаям, когда имеет место эластичность спроса;

– создание условий для получения заданной рентабельности. В этом случае главным является поддержание рентабельности, то же самое происходит и в ситуациях, когда речь идет о производстве и реализации товаров, на которые имеется массовый спрос [4, с. 28].

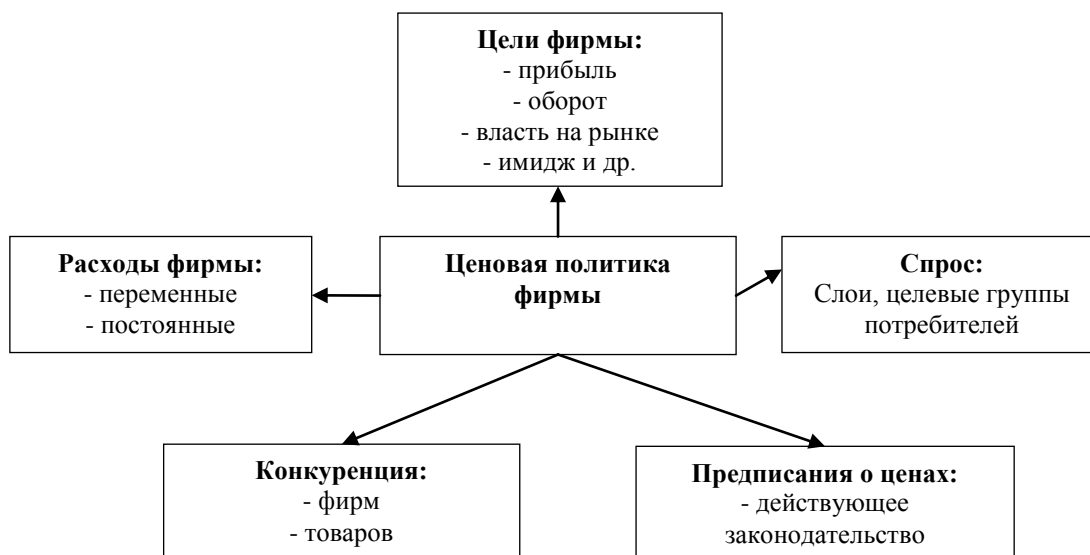


Рисунок 1. Ценовая политика компании

Примечание: источник [4, с.28]

Таким образом, основная особенность ценовой политики состоит в ее нацеленности на получение прибыли, что, как правило, является очень неоднозначным явлением. Ведь прибыль можно получать либо за счет завышения цены для повышения прибыли, а это может привести к потере покупателей, либо за счет понижения цены с целью привлечения покупателей, а это может привести к потере рентабельности. И в этом и состоит главная роль менеджмента компании: решить, какой из способов ценообразования является наиболее подходящим для компании, и остановиться на нем выбор.

Рассматривая вопрос особенностей ценовой политики, следует отметить, что ценовая политика на товарном рынке находится среди самых существенных факторов, определяющих, насколько эффективно осуществляет свою деятельность компания, так как именно цены обеспечивают запланированную прибыль для предприятия, а также существенно влияют на конкурентоспособность и спрос на товары и услуги предприятия.

С помощью цен реализуются на практике коммерческие цели, и можно понять, с какой эффективностью работает вся производственно-сбытовая система компании. При этом в случаях, когда определенный уровень рентабельности не является составляющей цены продукции, компании грозит потеря денежных средств в рамках всех этапов движения капитала. Позднее, так сказать, в итоге, это окажет свое влияние на производственные объемы в частности и на все финансовое состояние предприятия в целом. Но, несмотря на это, под давлением конкуренции компаниям приходится применять метод убыточных цен для устранения конкурентов, а также для усиления своей роли на новых рынках и привлечения новых потребителей. Поэтому, чтобы внедриться на новый рынок, многие компании используют это, а точнее, сознательно снижают цены на свои товары и услуги. Это делается на перспективу: в будущем обязательно произойдет компенсация потерь благодаря «перетягиванию» части потребителей на свою сторону [5, с.79].

Таким образом, ценовая политика – это не простое составление определенных правил и подбор инструментов, это огромная работа, основанная на финансовых вычислениях и расчетах, знании внешней и внутренней среды предприятия и, конечно же, опыте и интуиции менеджеров компании. При этом сам процесс ценообразования в организации представляется как трудная и многоэтапная процедура (рисунок 2).

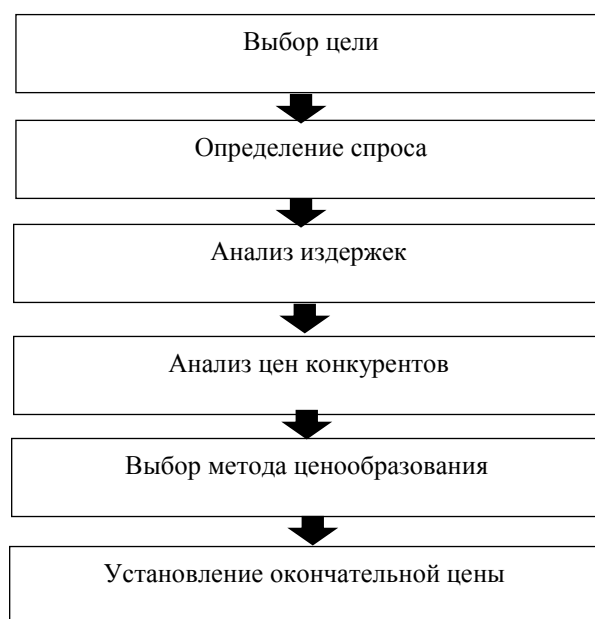


Рисунок 2. Этапы процесса ценообразования

Примечание: источник [2, с.442]

Процесс ценообразования в компании основывается на таких важных моментах, как определение базовой цены, то есть той цены, которая не содержит в себе наценок и скидок, а также не учитывает различных сервисных, транспортных и иных составляющих, и определение цены с учетом всех компонентов, которые не вошли в базовую цену. В связи с этим важным моментом представляется выбираемый метод расчета базовой цены. В таблице 1 показаны основные методы, которые известны науке и практике.

Таблица 1

Методы расчета базовой цены

Название метода	Описание	Применение
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Метод полных издержек («Издержки-плюс»)	Определенная сумма, соответствующая норме прибыли, добавляется к полной сумме затрат (постоянных и переменных) Если производственная себестоимость берется за основу, то надбавка должна обеспечить прибыль и покрывать затраты по реализации. В надбавку в любом случае включают перекладываемые на покупателя таможенные пошлины и косвенные налоги	Этот метод можно применять в случаях, когда имеется четко выраженная товарная дифференциация для расчета цен на традиционные товары. Также данный метод применим при расчете цен на новые товары, не имеющие на момент определения базовой цены аналогов. Как показывает практика, метод хорошо работает при расчете цен на товары и услуги, которые не обладают высокой конкурентоспособностью
2. Метод стоимости изготовления	Полная сумма затрат на покупное сырье, полуфабрикаты и материалы, увеличивается на процент, который соответствует собственному вкладу в наращивание стоимости товара предприятием	Данный метод не является эффективным для ценовых решений, которые обеспечивают товары и услуги на долгосрочную перспективу; данный метод является достаточно хорошим дополняющим при использовании метода полных издержек. Он незаменим в специфических случаях, в частности: - при увеличении массы прибыли посредством наращивания производственных объемов; - при дрящейся конкуренции; - при смене ассортиментной политики и выявлении предельно (как со знаком плюс, так и со знаком минус) рентабельной продукции; - при заказах, имеющих одноразовый или индивидуальный характер
3. Метод маржинальных издержек	Предполагает увеличение переменных затрат в расчете на единицу продукции на процент, который покрывает затраты и обеспечивает достаточную прибыль	Метод позволяет применять наиболее полные возможности для ценообразования: максимизация прибыли и всестороннее покрытие затрат, классифицирующихся как постоянные.
4. Метод рентабельности инвестиций	Основан на таком мнении: проект обеспечивает рентабельность не ниже, чем стоимость заемных средств. К суммарным затратам на товарную единицу добавляют сумму процентов за кредит. Это	Данный метод применим в компаниях, располагающих широким ассортиментом изделий, которые зависят от переменных затрат. Дополнительно он может быть применим и для тех товаров и услуг, которые обладают постоянной рыночной ценой, для тех, которые только выходят на

	единственный метод, который учитывает платность необходимых производству и реализации товара финансовых ресурсов	рынок. Также данный метод эффективен при принятии решения о том, какова должна быть величина объема производства товаров и услуг, которые являются новыми для компании
5. Методы маркетинговых оценок	Предприятие определяет цену, по которой покупатель определенно берет продукцию. При установке цен ориентируются не на удовлетворение потребности в финансовых ресурсах предприятия и покрытие затрат, а на повышение конкурентоспособности товара	Учитывая, что ценообразование занимает одно из центральных мест, а в современных экономических условиях цены устанавливаются собственниками товаров и услуг, компании несут на себе ответственность за то, как цены высоки и за то, как они будут влиять на результаты хозяйственной деятельности предприятия
<i>Примечание: составлено автором на основе данных источника [6, с.49]</i>		

Принимая во внимание данные таблицы 1, становится очевидно, что решения, которые принимает руководство предприятия в области ценообразования можно квалифицировать как наиболее сложные и ответственные, так как они в состоянии не просто повлиять на результаты хозяйственной деятельности субъекта экономики (в сторону их понижения), но и в некоторых случаях повлечь такие негативные последствия, как банкротство. В связи с этим ответственные за ценовую политику в каждой компании должны уметь все правильно просчитать и предвидеть, причем не только в рамках продукции и услуг своей компании, но и товаров конкурентов.

Если рассматривать данный момент с позиции его влияния на казахстанскую экономику, то можно отметить, что наиболее сильнодействующим фактором ценообразования остается фактор затрат. Поэтому современное ценообразование на казахстанских предприятиях состоит из двух главных этапов:

- расчет себестоимости;
- определение отпускной цены, которая уже включает в себя рассчитанную себестоимость товаров и услуг и гипотетическую рентабельность.

Влияние конкретных товаропроизводителей на размер цен в таком случае оканчивается установлением их минимально допустимого уровня, который определяется величиной издержек. Соответственно, в условиях рыночного хозяйствования и реальная себестоимость, и рассчитанная на ее основе цена продажи приобретают важное значение для предприятия [7, с.13].

Важно добавить, что казахстанские предприниматели в современных условиях, как отмечает С.С. Байсеркеева, столкнулись с проблемой определения затрат на производимую продукцию. Практически, с распределением прямых затрат не возникает проблем, так как они могут быть отнесены напрямую к себестоимости конкретного товара как объекта затрат. Гораздо сложнее с косвенными расходами. Как известно, накладные расходы мало зависят от объема производства, их часто рассматривают как неизбежные и потому малоконтролируемые. В этом заключена определенная ограниченность к подходу к управлению такими издержками [8, с. 89].

При этом необходимо добавить, что прямые расходы по удельному весу занимают все меньше места в себестоимости современных предприятий, а накладные расходы растут и уже представляют наиболее значимую статью в валовых затратах. Все это говорит о том, что наука и практика нуждаются в совершенствовании систематических

знаний и навыков по управлению накладными расходами. В настоящее время является достаточно распространенным метод распределения накладных расходов между отдельными видами товаров (либо услуг) пропорционально прямым затратам по оплате труда. Но использование такого метода расчета себестоимости продукции негативно сказывается на себестоимости и рентабельности отдельных видов продукции, в частности, становится очевидным искажение. В результате этого установленная цена реализации представляется несопоставимой с реальной ценой товара или услуги и поэтому все, что будет предпринимать компания для оптимизации прибыли (если это базируется на расчете себестоимости традиционными способами) окажется неправильным.

Так, при определении в сложившихся рыночных условиях уровня цен, наиболее значимым представляется нахождение верного баланса между ценой, которую потребитель желает и в состоянии заплатить, и издержками, которые компания несет в результате производства данного товара. В связи с этим у финансово-экономического отдела компании появляется главная задача – правильно определить рыночную себестоимость на собственную продукцию. Эта себестоимость должна отвечать (соответствовать) требованиям внешней и внутренней среды компании.

Таким образом, выбор метода ценообразования и установление окончательной цены имеют огромное значение для успеха предприятия. Учитывая, что оптимально возможная цена в состоянии сполна покрыть все затраты на изготовление и реализацию продукции, а также явиться залогом получения определенной нормы прибыли, нельзя забывать и о том, что имеется целый ряд факторов, которые существенно воздействуют на процесс ценообразования в организации, создавая определенные границы, в которых имеет возможность действовать компания. Прежде всего эти факторы оказывают влияние на степень свободы действия предприятия в сфере формирования цен на собственную продукцию.

Литература:

1. Цены и ценообразование: учебник для вузов. / Под ред. И.К. Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2012. – 304 с.
2. Чибугаева С. Г., Андрианова Н. В. Ценовая политика предприятия // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 521-523 [Электронный ресурс]. – URL: <https://moluch.ru/archive/92/20024/> (дата обращения: 04.02.2020).
3. Бакальская Е.В. Особенности ценообразования на товары и услуги / Е.В. Бакальская // Аллея науки. - 2017. Т. 3. - № 16. - С. 442–444.
4. Гераськин М.И. Модели ценообразования: учеб. пособие / М.И. Гераськин, В.В. Егорова. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2014. – 80 с.
5. Кузьминский А.Г., Изатов В.А., Черенкова Н.С., Кемпель В.А. Примеры по формированию инвесторской сметной стоимости работ. Методическое пособие. - Новосибирск: АВС-Н, 2010. - 123 с.
6. Наумов В.В. Вагин В.Д. Ценообразование. Учебное пособие (в схемах). - М.: МИЭМП, 2015. - 49 с.
7. Васюхин О.В., Быстрова А.В. Основы ценообразования. Задачник. Учебно-методическое пособие. - СПб: СПбГУ ИТМО, 2010.
8. Байсеркеева С.С. Финансовая отчетность компании: принципы составления, анализ и прогноз. – Алматы, 2016. – 104 с.

ГРНТИ 06.73.02
УДК 336.77

Н.К. Космухамбетов

Анализ инструментов финансирования сельского хозяйства Республики Казахстан

Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығын қаржыландыруға арналған құралдарды талдау

Analysis of tools for financing agriculture of the Republic of Kazakhstan

Аннотация. В статье рассмотрены состояние сельского хозяйства РК, а также один из инструментов его финансирования – кредитование. Автором отмечается, что доступ к финансовым ресурсам является важнейшим компонентом устойчивости развития сельского хозяйства. В настоящее время в льготном финансировании различных форм нуждаются практически все субъекты аграрного производства.

Особое внимание автор статьи уделяет анализу кредитной деятельности АО «Аграрная кредитная корпорация», отмечая, что, если в рамках государственной политики принято решение развивать аграрный сектор, то это означает, что надо поставить сельское хозяйство политически так, чтобы оно всегда имело известную льготу, и чтобы эта льгота была имущественной.

Ключевые слова: сельское хозяйство, анализ, инструменты, финансирование, кредитование, развитие.

Аннотация. Мақалада Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығының жағдайы, сонымен қатар оны қаржыландырудың бір құралы - несиелеу қарастырылған. Автор қаржылық ресурстарға қол жетімділік ауыл шаруашылығының тұрақты дамуының маңызды құрамдас бөлігі болып табылатындығын айтады. Қазіргі уақытта ауылшаруашылық өндірісінің барлық дерлік субъектілері түрлі нысандарды жеңілдетілген қаржыландыруды қажет етеді.

Мақала авторы «Аграрлық несиелеу корпорациясы» АҚ-ның несиелік қызметін талдауға ерекше назар аударады, егер егер мемлекеттік саясат аясында аграрлық секторды дамыту туралы шешім қабылданса, бұл ауылшаруашылығы әрқашан белгілі бір пайдаға ие болатындай етіп саяси жолмен құрылуы керек екенін білдіреді және сондықтан бұл пайда меншік болып табылады.

Түйінді сөздер: ауыл шаруашылығы, талдау, құралдар, қаржыландыру, несиелеу, даму.

Abstract. The article considers the state of agriculture of the Republic of Kazakhstan, as well as one of the tools for financing it - lending. The author notes that access to financial resources is an essential component of sustainable agricultural development. At present, almost all subjects of agricultural production need concessional financing of various forms.

The author of the article pays special attention to the analysis of credit activities of Agrarian Credit Corporation JSC, noting that if, within the framework of state policy, a decision was made to develop the agricultural sector, this means that agriculture should be set up politically so that it always has a certain benefit, and so that this benefit is property.

Keywords: agriculture, analysis, tools, financing, lending, development.

Финансовое обеспечение развития сельского хозяйства экономики республики, являясь неотъемлемой частью государственного регулирования, представляет собой совокупность различных инструментов и форм экономического воздействия на развитие сельского хозяйства с целью формирования стабильности и конкурентоспособности всех категорий хозяйств, создания возможностей для насыщения рынка качественным продовольствием, развития сельских территорий и достижения продовольственной безопасности страны.

В настоящее время существует необходимость не столько получения финансового обеспечения, сколько эффективного его использования. Поэтому важно целесообразное использование форм государственной поддержки, которые реализуются через финансовый механизм, а, следовательно, важно всестороннее изучение имеющихся проблем в исследуемой отрасли и внесение корректив (модернизация) в инструменты финансирования.

Сельское хозяйство – особая сфера материального производства и крупная отрасль, которая наряду с другими отраслями входит в состав национального хозяйства, т.е. экономики. Отрасли, являясь частью экономики страны, различаются по целям, задачам, месту и значению, своеобразию производимых продуктов и используемых для этого средств производства и предметов труда.

Для понимания ситуации с финансированием сельского хозяйства в Республике Казахстан необходимо рассмотреть состояние данной сферы через призму статистических данных. Так, количество действующих предприятий в стране, которые заняты в сфере сельского, лесного и рыбного хозяйства представлены на рисунке 1.

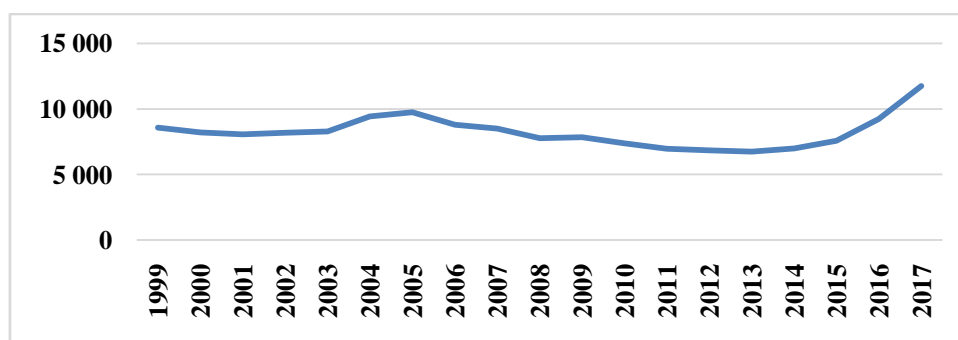


Рисунок 1. Количество действующих юридических лиц в РК в сфере сельского, лесного и рыбного хозяйства (единиц)

Примечание: составлено автором на основании данных источника [1]

Необходимо отметить, что статистика, к сожалению, предоставляет данные по количеству юридических лиц, которые заняты в сфере сельского, лесного и рыбного хозяйства, лишь начиная с 1999 по 2017 год. По полученному графику можно увидеть, что количество предприятий выросло за 18 лет с 8568 до 11738 предприятий, но данное увеличение не всегда было стабильным. Рисунок 1 показывает, что в последние 4 года количество действующих предприятий растет, что на первый взгляд кажется положительным явлением. Но, если посмотреть глубже на этот рост, то он не представляется положительным с точки зрения рыночной экономики.

Так, рассматривая это с точки зрения рыночной экономики, необходимо учитывать экономические законы, а именно – конкуренцию.

Конкуренция в условиях рыночной экономики означает исчезновение неэффективных предприятий и увеличение доли рынка у эффективных за счет обанкротившихся, т.е. оставаться должны только эффективные предприятия, а, следовательно, их количество должно сокращаться. Напрашивается вопрос, почему количество предприятий растет, а не сокращается? Ответом, при незначительном росте населения страны (рисунок 2), будет то, что за последние 3-4 года огромные массы населения высвобождаются от работы в действующих предприятиях, или в стране происходят сокращения. И высвобожденные от работы массы населения вынужденно идут в предприниматели. Этим можно объяснить указанный на рисунке 1 рост количества предприятий.

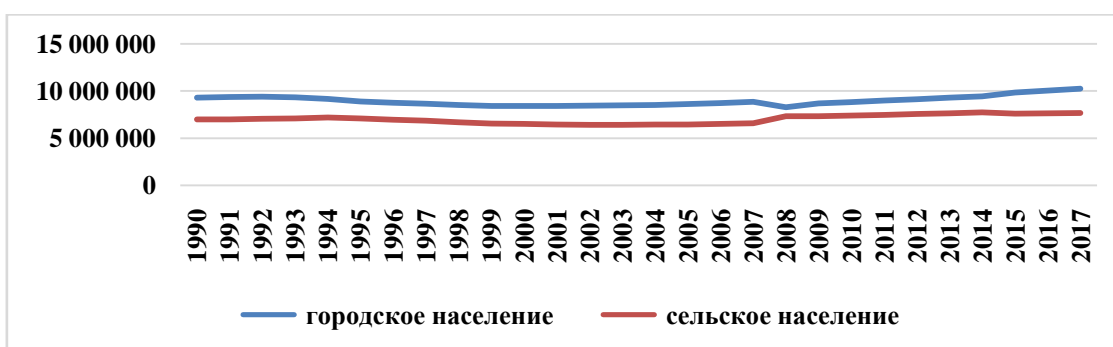


Рисунок 2. Соотношение городского и сельского населения РК, человек

Примечание: составлено автором на основании данных источника [1]

Увеличение количества предприятий является негативной тенденцией, основанной на том, что в случае разобщенности и рассредоточенности, как в исследуемом случае (увеличении количества мелких хозяйствующих субъектов), работающих на рынке, улучшения ситуации в целом не произойдет, а тем более качественного прорыва вперед. Так как эффективность начинает расти в случае концентрации капитала, т.е. когда крупные предприятия работают эффективнее, чем мелкие.

Преодоление этой тенденции (рост предприятий) с помощью сельскохозяйственной кооперации (которая позволит увеличить эффективность аграрного сектора и тем самым сократить безработицу) определена как первая в задачах государственной программы, утвержденной указом Президента Республики Казахстан «Об утверждении Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы».

Доступ к финансовым ресурсам является важнейшим компонентом устойчивости развития сельского хозяйства. В настоящее время в льготном финансировании различных форм нуждаются практически все субъекты аграрного производства [2].

Анализ инструментов финансирования агропромышленного комплекса (АПК) имеет важное практическое значение в связи с текущей ситуацией в экономике Казахстана, а именно, снижением темпов экономического роста, наблюдаемого ранее на основе развития нефтегазовой отрасли. В связи с этим была принята новая программа для развития АПК – «Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017 - 2021 годы», утвержденная указом Президента Республики Казахстан от 14 февраля 2017 года № 420.

Развитие АПК при условии низкой рентабельности или вообще ее отсутствия – сложная задача. Осознание государством этой сложной задачи выражается в государственной поддержке, которая проводится через допустимые для рыночной экономики механизмы. Рыночная экономика требует полного исключения вмешательства государства в экономику, и в этой экономике на основе рыночных законов все само собой организуется.

Рентабельность АПК значительно ниже рентабельности в других отраслях экономики, поэтому инвестиции вряд ли появятся в АПК без дополнительной стимуляции, и этим стимулом являются государственные меры.

Инструментами финансирования в условиях рыночной экономики являются: инвестирование, кредитование, фондовый рынок и т.д., но в отношении АПК государство создает особые условия для развития.

Реализация Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы базируется на использовании определенного круга финансовых инструментов, а именно:

- посредством бюджетных субсидий,
- кредитов, получаемых по сниженным процентным ставкам через микрокредитные организации и сельские кредитные товарищества.

Использование столь богатого инструментария должно носить системный характер и должен соблюдаться баланс интересов государства и сельскохозяйственных товаропроизводителей. Подавляющее большинство мер (если не все) являются классическими мерами государственной поддержки, что с учетом их применения к сельскохозяйственному сектору можно признать практически безвозвратными в денежном выражении.

Анализ кредитной деятельности АО «Аграрная кредитная корпорация» за 2017 год показал, что по данным сайта компании «в 2017 году Корпорация профинансировала 7063 субъектов агропромышленного комплекса на сумму 153,4 миллиона тенге, что выше показателя за 2016 год на 27%. Корпорация показывает устойчивый рост по всем показателям. Активы Аграрной кредитной корпорации сегодня оцениваются в 297 млрд тенге. Ссудный портфель компании составляет 277 млрд тенге. Обладая внушительным капиталом и всеми необходимыми инструментами в виде широкой филиальной сети - 191 созданное кредитное товарищество по всему Казахстану, сотрудничество с банками второго уровня, лизинговые компании и микрофинансовые организации, - Корпорация создает все условия для того, чтобы доступным финансированием было охвачено как можно больше субъектов АПК [3]»

На данный момент АО «Аграрная кредитная корпорация» осуществляет кредитование по следующим программам [3]:

Таблица 1

Программы кредитования

Программа «Агротехника»	
Ставка кредитования	НФ РК: - 2,5% годовых (ГЭСВ – от 2,5% годовых) (для конечных заемщиков – не более 5,5% годовых)
	СС/ПС: - до 9,5% годовых (ГЭСВ – от 9,5% годовых) (для конечных заемщиков – не более 15% годовых) до 11% годовых (ГЭСВ – от 11 % годовых) (для конечных заемщиков – не более 15% годовых)

Программа «Агрокоммерция»				
Каналы продаж	Прямые заемщики	КТ	МФО, БВУ	
Ставка кредитования	19% годовых (ГЭСВ – от 19% годовых)	15% годовых (ГЭСВ – от 15% годовых)* (для конечных заемщиков – не более 19% годовых)	15% годовых (ГЭСВ – от 15% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков МФО/БВУ – маржа не более 4%)	
Программа «Искер» - «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 – 2021 годы»				
Каналы продаж	КТ		МФО	
Ставка кредитования	2% годовых (для конечных заемщиков – не более 6% годовых (ГЭСВ – от 6% годовых))			
Программа «Агроэкспорт»				
Каналы продаж	Прямые заемщики	КТ**	БВУ, ЛК**	
Ставка кредитования	ОС, в том числе модернизация объектов; СМР, в том числе реконструкция; рефинансирование ссудной задолженности:			
	8% годовых (ГЭСВ – от 8% годовых)	4% годовых (ГЭСВ – от 4% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков КТ/БВУ/ЛК – маржа не более 4%)		
	ПОС:			
	11,28% годовых (ГЭСВ – от 11,28% годовых)	7,28% годовых (ГЭСВ – от 7,28% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков БВУ/ЛК – маржа не более 4%)		
Программа «Агробизнес»				
Каналы продаж	Прямые заемщики	КТ	МФО, БВУ, ЛК	
Ставка кредитования	до 16% годовых (ГЭСВ – от 16% годовых)	до 9,5% годовых (ГЭСВ – от 9,5% годовых)* (для конечных заемщиков – не более 14% годовых)	11% годовых (ГЭСВ – от 11% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков МФО/БВУ/ЛК – маржа не более 4%)	
Программа «Кең дала»				
Каналы продаж	Прямые заемщики	КТ	МФО	БВУ
Ставка кредитования	2% годовых (ГЭСВ – от 2% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков КТ/МФО – маржа не более 4%)			1% годовых (ГЭСВ – от 1% годовых) (при кредитовании конечных заемщиков БВУ – маржа не более 4%)
		РБ+ПС: 9,5% годовых (ГЭСВ – от 9,5% годовых)* (для конечных заемщиков – не более 14% годовых)		
Программа кредитования инвестиционных направлений за счёт средств НФРК				
Ставка кредитования	5,5% годовых (ГЭСВ – от 5,5% годовых)			
<i>Примечание: составлено автором на основании данных источника [3]</i>				

Указанные данные позволяют сделать вывод о том, что, имея в качестве уставной цели «содействие индустриализации и диверсификации аграрной отрасли путем развития доступной системы кредитования субъектов агропромышленного комплекса», на деле Корпорация преследует цель улучшения показателей своей деятельности в виде увеличения активов и ссудного портфеля, и это можно увидеть по продуктам, которые предлагает АО «Аграрная кредитная корпорация», в то время как она должна показывать в качестве результатов эффективности своей работы улучшение показателей индустриализации и диверсификации аграрной отрасли.

Этот вывод подтверждается и наличием процентных ставок во всех программах Корпорации.

Если в рамках государственной политики принято решение развивать аграрный сектор, то это означает, что надо поставить сельское хозяйство политически так, чтобы оно всегда имело известную льготу, и чтобы эта льгота была имущественной. Следовательно, надо ссужать аграрный сектор такими государственными средствами, которые в некоторой степени, но превышали бы средства, предоставляемые частным компаниям в сфере недропользования. Это означает, что надо создать условия для развития аграрного сектора, которые были бы лучше, чем условия развития энергетического сектора, тем самым эти льготы от участия в развитии сельского хозяйства уравнивали бы субъектов исследуемой сферы с субъектами других отраслей экономики. Вот тогда это можно назвать поддержкой аграрного сектора в настоящем смысле этого слова, где цель – его развитие.

Проведение вертикального анализа необходимо для того, чтобы увидеть, как за прошедший период проходило управление компанией, и как в результате принятых управленческих решений, которые проявляются через финансовые результаты, изменяется структура доходов и расходов. На рисунке 3 можно увидеть рост процентных расходов.

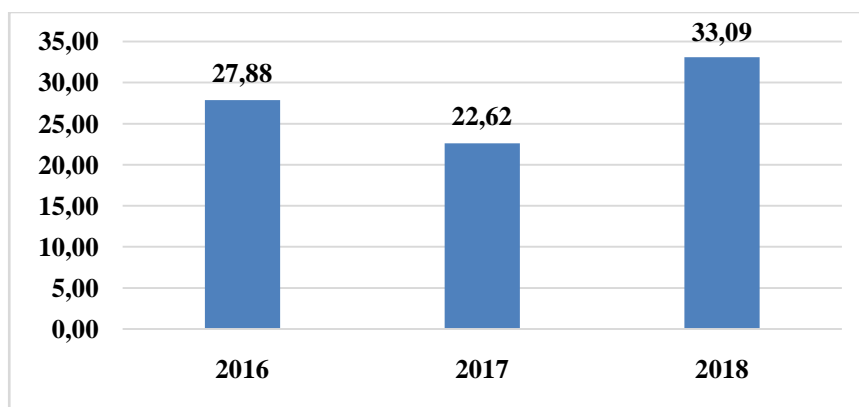


Рисунок 3. Процентные расходы в структуре отчета о прибылях и убытках
Примечание: составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Аграрная кредитная корпорация»

Процентные расходы АО за наблюдаемый период выросли с 28% до 33%. Поскольку вертикальный анализ исследует относительные показатели, то по росту процентных расходов АО «Аграрная кредитная корпорация» можно сделать вывод, что процентные тарифы АО своим клиентам, или сельскому хозяйству, выросли в общем на

6%. Расходы на персонал и прочие операционные расходы уменьшились относительно к процентным доходам. Это видно на рисунке 4.

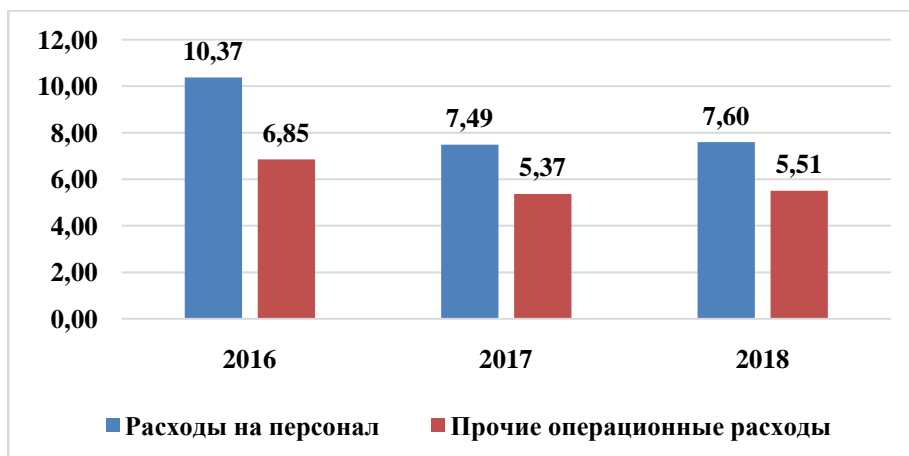


Рисунок 4. Изменение расходов на персонал и прочие операционные расходы, %

Примечание: составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Аграрная кредитная корпорация»

Как показывает рисунок 4, АО «Аграрная кредитная корпорация» за 3 года снижает расходы на персонал и прочие операционные расходы, что и отражается только в относительных значениях и указывает на то, что данная корпорация повышает эффективность использования своего персонала и иного имущества.

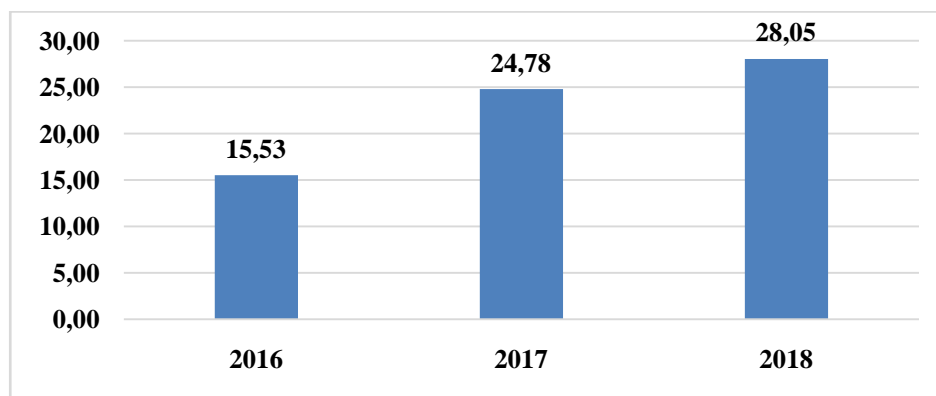


Рисунок 5. Изменение чистой прибыли за год, %

Примечание: составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Аграрная кредитная корпорация»

Чистая прибыль у АО «Аграрная кредитная корпорация» в структуре отчета о прибылях и убытках составляет в 2016 году 15%, в 2017 году - 37%, а в 2018 году чистая прибыль наблюдается в размере 28% от размера процентных доходов. Следовательно, можно наблюдать рост чистой прибыли в структуре отчета о прибылях и убытках.

По проведенному анализу кредитования сельского хозяйства АО «Аграрная кредитная корпорация», анализу финансовой отчетности холдинга, можно сделать вывод, что кредитование положительно влияет на АО «Аграрная кредитная корпорация», но

если судить по состоянию сельского хозяйства, получаем, что в этой сфере экономики развивается и получает прибыль лишь национальная компания, а сельское хозяйство ухудшает свое положение. Это значит, что кредитование осуществляется не совсем верно, и цели по развитию сельского хозяйства не достигаются.

Таким образом, в этой безусловной поддержке аграрного сектора должна вестись работа государством не только с одной стороны (государства), но и со стороны получателя этой поддержки – аграрного сектора, и в этом плане государство должно разработать механизм, как проверять сознательность и добросовестность субъектов сельского хозяйства. Последние должны оценить такое отношение со стороны государства и оптимальным образом воспользоваться предоставляемой поддержкой. Это вторая (очень сложная) задача – рождение ответственной отдачи со стороны аграрного сектора.

Литература:

1. Данные сайта Комитета по статистике МНЭ РК [Электронный ресурс]. – URL: <http://stat.gov.kz/>
2. Постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Стратегии развития акционерного общества "Национальный управляющий холдинг "КазАгро" на 2011 - 2020 годы» от 31 января 2011 года № 52.
3. Данные сайта АО «НУХ «КазАгро» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kazagro.kz/web/acc/activities>

ГРНТИ 16.21.33

УДК 539.42

Р.М. Галиев

Влияние управления затратами на финансовые результаты компании

Компанияның қаржы нәтижелерінің шығысты басқаруының әсері

Influence of cost management on the financial results of the company

Аннотация. В статье рассматривается влияние учета затрат на финансовые результаты строительной компании. Автор отмечает значимость вопроса управления затратами, подчеркивая их роль в экономике предприятия: участие во всех процессах, которые отвечают за создание прибыли, которая и является главной составляющей конкурентоспособности и жизнеспособности любой компании.

Особый акцент автор статьи делает на анализе того, как влияют методы учета затрат на финансовые результаты. В статье приведены наиболее известные методы учета затрат, которые на современном этапе активно используются как западными, так и отечественными компаниями. В качестве вывода автор определяет, что для грамотного ведения бизнеса важно проанализировать прогнозируемые хозяйственные операции и правильно определить метод учета затрат, оценив то, в какой степени затраты повлияют на финансовые результаты.

Ключевые слова: управление затратами, финансовые результаты, улучшение,

предприятие, метод, учет.

Аннотация. Мақалада шығындар есебінің құрылыс компаниясының қаржылық нәтижелеріне әсері талқыланады. Автор шығындарды басқару мәселесінің маңыздылығын атап өтіп, олардың кәсіпорынның экономикасындағы рөлін атап өтеді: кез-келген компанияның бәсекеге қабілеттілігі мен өміршеңдігінің негізгі құрамдас бөлігі болып табылатын кірісті құруға жауапты барлық процестерге қатысу.

Мақала авторы шығындарды есепке алу әдістері қаржылық нәтижелерге қалай әсер ететінін талдауға ерекше назар аударады. Мақалада қазіргі кезде батыстық және отандық компаниялар белсенді қолданатын шығындарды есепке алудың ең танымал әдістері сипатталған. Қорытынды ретінде автор бизнесті дұрыс жүргізу үшін болжанатын шаруашылық операцияларды талдау және шығындардың қаржылық нәтижелерге қаншалықты әсер ететінін бағалай отырып, шығындарды есепке алу әдісін дұрыс анықтау маңызды екенін анықтайды.

Түйінді сөздер. Шығындарды басқару, қаржылық нәтижелер, жетілдіру, кәсіпорын, әдіс, есеп.

Abstract. The article discusses the impact of cost accounting on the financial results of a construction company. The author notes the importance of the issue of cost management, emphasizing their role in the economy of the enterprise: participation in all processes that are responsible for creating profit, which is the main component of the competitiveness and viability of any company.

The author of the article places particular emphasis on the analysis of how cost accounting methods affect financial results. The article describes the most famous methods of cost accounting, which at the present stage are actively used by both Western and domestic companies. As a conclusion, the author determines that for the proper conduct of business, it is important to analyze the forecasted business operations and correctly determine the cost accounting method, assessing to what extent the costs will affect the financial results.

Keywords: cost management, financial results, improvement, enterprise, method, accounting.

В мире современного предпринимательства проблема конкуренции стоит очень остро в свете ее постоянного и непрерывного усиления, чему способствуют или же являются причиной возрастающие требования потребителей к качеству товаров и услуг. Это ставит перед компаниями задачи, которые могут быть эффективно решены только при принятии обоснованных и грамотных управленческих решений как в целом по компании, так и в части управления затратами и финансовыми результатами, для улучшения которых требуется профессиональная, основанная на предпочтениях потребителя и глубоком понимании финансов организация управления затратами. В связи с этим становится целесообразным исследование особенностей улучшения финансовых показателей через управление затратами, особенно это актуально в деятельности строительных компаний, учитывая не решенный в стране жилищный вопрос. Также не меньшую актуальность представляют возможности использования разработанных рекомендаций по указанному исследовательскому вопросу на практике. Учитывая это, профессиональное и эффективное управление затратами, которое оказывает свое влияние на улучшение финансовых результатов функционирования компании, становится одним из наиболее значимых факторов повышения конкурентоспособности предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере проектирования, строительства и эксплуатации объектов

нефтегазовой, энергетической и других отраслей.

Вопрос управления затратами актуален. Это объясняется тем, что наличие устойчивого преимущества над конкурентами (с учетом того, как складываются реальные условия ведения бизнеса) становится достижимым благодаря обладанию более низкой, по сравнению с другими производителями, себестоимости выпускаемых изделий, а в случае со строительными компаниями – предоставляемых услуг. Нельзя не принимать во внимание ставшие наиболее известными в последнее время западные теории, где основной акцент ставится на управление себестоимостью. Это в свою очередь повлияло на смену стратегий многих компаний в рамках нового понимания управления затратами.

Значимость вопроса управления затратами подчеркивается их ролью в экономике предприятия, в частности, их участием во всех процессах, отвечающих за создание прибыли, которая и является главной составляющей конкурентоспособности и жизнеспособности любой компании. В связи с этим значительная часть компаний, безотносительно сферы деятельности, старается достичь цели по сохранению определенного уровня прибыли в краткосрочном периоде и поддержанию потенциала прибыльности в долгосрочном периоде. Учитывая это, а также и то, что внешняя среда подвержена постоянным изменениям, следует выделить вопрос управления затратами как высокоэффективный метод, более того, в некоторых случаях это единственный метод наиболее верного решения обозначенной задачи.

Формирование финансовых результатов деятельности организации является завершающим действием хозяйственного цикла. Финансовые результаты – это разница между полученными доходами и расходами организации. Несмотря на такую простую формулу, предприятие вправе выбирать определенные методы учета, которые влияют на финансовый результат, и закреплять их в учетной политике. Существует несколько методов учета затрат, и выбор каждого из них зависит от производственных, отраслевых и иных особенностей организации. Для грамотного ведения бизнеса важно проанализировать прогнозируемые хозяйственные операции и правильно определить метод учета затрат [1, с.12]. В настоящее время существует значительное количество разнообразных методов учета затрат. В таблице 1 показано влияние методов учета затрат на финансовые результаты.

Таблица 1

Влияние методов учета затрат на финансовые результаты

Название метода	Влияние со знаком «+»	Влияние со знаком «-»
<i>1</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Стандарт-костинг	<ul style="list-style-type: none"> – Руководство организации информировано о планируемых издержках; – Оперативно определяется полная себестоимость; – Цена устанавливается на основе рассчитанной заранее нормативной себестоимости единицы продукции, что позволяет ориентироваться на рынке конкурентов; – Простота технологии ведения учета; – Достаточность малого штата бухгалтерии; – Выделение отклонений позволяет управляющему персоналу обозначить слабые места в организации, выявить их причины и принять меры по приведению в нормальное состояние 	<ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие возможности установить на все затраты соответствующие стандарты, что влечет за собой ослабление контроля всего процесса производства; – В виду того, что очень непросто разделить постоянные затраты и переменные, необходимы дополнительные расчеты; – все перемены

		воспринимаются сложно и приспособляемость к ним проходит в длительном и сложном режиме, так как очень трудно считать нормы в рыночных условиях
Таргет-костинг	– Признан как концепция управления, поддерживающая стратегию снижения затрат и реализующая функции планирования производства новых продуктов, превентивного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями	Хорош в применении не у всех компаний, а в основном на тех, которые работают на международных рынках в условиях жесткой конкуренции. Это касается таких отраслей, как инновации, машиностроение, электронные технологии, т.е. там, где нужна очень жесткая политика маркетинга и где идет агрессивная борьба по устранению конкурентов, включая и национальные рынки
Activity Based Costing или ABC– метод	– Позволяет подробно анализировать накладные расходы, что имеет большое значение для управленческого учета; – Метод ABC дает возможность более точно определить затраты на неиспользуемые мощности для периодического их списания на счет прибылей и убытков; – Метод ABC позволяет косвенным образом оценить уровень производительности труда; – Метод ABC не только доставляет новую информацию о затратах, но и генерирует ряд показателей нефинансового характера, в основном измерителей объема производства и определения производственных мощностей предприятия	
Кайзен-костинг	– Направлен на достижение определенной величины затрат, на постоянное, непрерывное и всеохватывающее их снижение; – Обеспечивает целевую себестоимость в процессе производства продукции; – Используется преимущественно в оперативном управлении затратами и контроле за их уровнем	– Для воплощения данного метода нужна сильная корпоративная культура, что влечет за собой наличие сильной мотивации персонала. Должна быть постоянная вовлеченность персонала в деятельность компании; – Необходимо очень быстрое и полное получение информации о текущих результатах производства, сбыта и маркетинга
Директ-костинг	– Возможность выгодно комбинировать объем продукции и цену готовых изделий;	Данный метод имеет отношение к

	<ul style="list-style-type: none"> – Эффективное управление ценовой или демпинговой политикой; – Совершенствование ассортимента выпускаемых товаров; – Удобство расчета «точки безубыточности» фирмы – то есть выхода «на ноль», на полную окупаемость издержек; – Возможность быстрой переориентации производства в зависимости от меняющихся реалий рынка; – Оценка резервов постоянных затрат при существующей рентабельности производства; – Глубокое исследование работы организации с применением статистических методов, например, корреляционного анализа и др. – Самое главное преимущество директ-костинга как управленческой системы – ее высокая эффективность в принятии оперативных решений 	<p>неоднозначности по распознаванию расходов. Так, в зависимости от случая какие-то расходы будут идентифицированы как постоянные, а какие-то как временные. Понимая это, важно периодически пересматривать нормы, в рамках которых происходит разделение затрат, дополняя этот процесс вычислениями маржинальной прибыли (в рамках отдельных видов производства, а также в целом по компании)</p>
<p><i>Примечание: составлено автором на основе данных источника [2, с.92]</i></p>		

Таким образом, финансовый результат отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень расходов и т.д. Вместе с тем на финансовые результаты и их динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени зависят от предприятия такие факторы, как уровень цен на производимую и продаваемую продукцию и заработная плата. К факторам, зависящим от предприятия, относятся уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования. Перечисленные факторы влияют на финансовые результаты не прямо, а через объем проданной произведенной продукции и себестоимость, поэтому для выявления конечного финансового результата необходимо сопоставить стоимость объема проданной продукции и стоимость ресурсов, используемых в производстве, затрат на ее продажу.

Таким образом, финансовые результаты характеризуют экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия.

В условиях радикального изменения управления экономикой показатель дохода от продажи продукции становится одним из важнейших показателей деятельности предприятий. Данный показатель создает заинтересованность трудовых коллективов не столько в росте количественного объема выпускаемой продукции, сколько в увеличении объема проданной продукции. А это значит, что производиться должны такие изделия и товары, которые отвечают требованиям потребителей и пользуются спросом на рынке.

Расходы на производство и продажу продукции, определяющие себестоимость, состоят из стоимости используемых в производстве продукции природных ресурсов, сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и прочих производственных расходов, а также внепроизводственных затрат.

Состав и структура затрат зависят от характера и условий производства при той или иной форме собственности, от соотношения материальных и трудовых затрат и других факторов.

Формирование положительного финансового результата, как уже отмечалось, является основной целью деятельности любой коммерческой организации и предприятия, в том числе и компаний, занимающихся строительно-проектировочной деятельностью. Оценка уровня прибыли и рентабельности строительного предприятия является одним из условий оценки эффективности всей его финансово-хозяйственной деятельности. Постоянный мониторинг и исследование источников и порядка формирования финансовых результатов деятельности компании способны помочь собственникам вовремя принять соответствующие управленческие решения. Только положительный финансовый результат имеет место для стабильного функционирования предприятия в условиях рыночных отношений. Величина и уровень прибыли строительных предприятий являются источником формирования их финансовых ресурсов, а, следовательно, фактором, влияющим на уровень платежеспособности и финансовой устойчивости таких компаний. Кроме этого, прибыль является основным источником инвестиций, которые строительное предприятие может направить как на расширение своей деятельности, так и на увеличение оборотных активов.

В процессе производственно-сбытовой деятельности в каждой организации, по итогам отчетного периода, формируются финансовые результаты в виде прибыли или убытка. Исторически прибыль как разница между доходами и затратами являлась наиболее общим критерием целесообразности деятельности предприятия с экономической точки зрения. Особую значимость положительный финансовый результат приобретает в условиях рыночной экономики, так как получает свойство неопределенности, и от того, как им распорядятся собственники предприятия зависит его дальнейшая деятельность.

Финансовый результат, как отмечает Н.И. Сагадеева, является одним из основных показателей, характеризующим эффективность деятельности любого предприятия [3, с. 264]. Финансовым результатом, который определяет эффективность деятельности организации является прибыль.

П.С. Рябец и Т.Н. Бондаренко считают, что «финансовый результат деятельности компании является экономическим итогом ее финансово-хозяйственной деятельности и проявляется в виде полученного убытка или прибыли, рассчитывающийся как разница между расходами и доходами компании, а также прямо воздействующий на размер ее собственного капитала» [4, с.761]. Г.В. Савицкая высказывает мнение, что «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности, понимая под прибылью часть чистого дохода, который получают собственники после реализации произведенных товаров и предоставленных услуг» [5, с.22]. Как справедливо подчеркивает А.Н. Усатенко, финансовый результат заканчивает цикл деятельности компании, который связан с закупкой и продажей продукции и в то же время является необходимым условием следующего витка ее деятельности [6, с.2].

В.В. Вудвуд отмечает, что «одной из целей деятельности любого предприятия является получение как можно более высокого финансового результата от основной деятельности, под финансовым результатом финансово-хозяйственной деятельности она понимает конечный результат деятельности предприятия, рассчитываемый как разность между доходами и расходами, получаемыми в процессе функционирования предприятия» [7, с.30].

Таким образом, исследуя значение финансовых результатов, можно сделать следующие выводы:

– финансовые результаты – это системное понятие, которое отражает совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли;

– под конечным финансовым результатом понимается разность доходов и расходов в разрезе различных видов и деятельности предприятия в целом;

– чистый конечный финансовый результат – это конечный финансовый результат, очищенный от различных изъятий в пользу как бюджета (налог на прибыль), так и собственников (дивиденды).

Что касается влияния управления затратами на улучшение финансовых результатов, то необходимо при анализе системы управления затратами на предприятии рассматривать указанную систему не с одной стороны, а использовать разные показатели и пытаться выявить те проблемные «узкие» места, которым следует уделить внимание и которые в перспективе смогут позитивно изменить управление затратами, оказав влияние на финансовые результаты строительной компании. Так, при анализе затрат необходимо их соотнести с изменениями финансовых показателей, чтобы оценить обоснованность увеличения или снижения затрат. Для этого проводится анализ рентабельности, который указывает на уровень эффективности управления затратами. Также, чтобы оценить, в какой степени затраты влияют на финансовые результаты, следует провести корреляционный и регрессионный анализ. Данные аналитические процедуры могут указать степень влияния затрат на выручку и прибыль, а, следовательно, и на финансовые результаты.

Литература:

1. Токарева А.А. Методы учета затрат в управленческом учете финансовых результатов // Символ науки. – 2016. - №11-1.
2. Асаул А. Н., Старовойтов М. К., Фалтинский Р. А. Управление затратами в строительстве. Под ред. д.э.н., профессора А. Н. Асаула. - СПб: ИПЭВ, 2009. - 392 с.
3. Сагадеева Н.И. Понятие и методы определения финансового результата деятельности / Н.И. Сагадеева // Новые науки. Башкирский государственный университет. – 2018. – С. 264-265.
4. Рябец П.С. Анализ факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности предприятия / П. С. Рябец, Т.Н. Бондаренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-4. – С. 761-764.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 425 с.
6. Усатенко А.Н. Способы повышения финансовых результатов предприятия / А.Н. Усатенко // «Научно-практический журнал Аллея Науки» – 2018. - №3 (19). – С. 2-5.
7. Вудвуд В.В. Управление прибылью на предприятии и пути его улучшения / В.В. Вудвуд // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2017. – № 5 (25). – С. 30-34.

Сыртқы қолданылушылар: шығымдарды басқару және тәуекелдерді талдау

Применение аутсорсинга: управление затратами и анализ рисков

Outsourcing applications: cost management and risk analysis

Аннотация. Мақалада аутсорсингті қолданудың кейбір аспектілері қарастырылған, атап айтқанда автор әртүрлі ғалымдардың анықтамаларын ұсынады. Компанияда аутсорсингті қолдану туралы шешім қабылдау кезеңдері де зерттелуде. Автор қазіргі ұйымдарда аутсорсингті дағдарыс жағдайында қолданудың негізгі себептерін шығындарды үнемдеу, тиімділікті арттыру, қызметтердің оңтайлы жеткізілуі және сапасы, революциялық технологияларға қажеттілік және басқа компаниялардың тәжірибесі, бизнес-процестерді жүзеге асырумен байланысты қауіп-қатерлерді азайту деп атаған жөн. уақыттың шығындарын азайтып, нарықтың жаңа сегменттеріне қол жеткізе отырып, қызметтің басқа бағыттары үшін қажет ресурстар.

Автор аутсорсингті қолданудың өзінің артықшылықтары (плюстары), сонымен бірге кемшіліктері (минуслары) бар екендігіне ерекше назар аударады. Сондықтан аутсорсингті қолдану туралы шешім қабылдау үшін тек артықшылықтарды (плюс) ғана емес, сонымен бірге аутсорсингті қолданумен байланысты кемшіліктер мен тәуекелдерді де ескеру қажет. Осыған байланысты автор аутсорсингті қолдану (қолдану) туралы SWOT талдау ұсынады.

Түйінді сөздер: аутсорсинг, компания, қызмет, қолдану, шығындар, тәуекелдер.

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты применения аутсорсинга, в частности, автором приводятся определения, данные различными учеными. Также исследуются этапы принятия решения о применении аутсорсинга в компании. Автором отмечается, что главными причинами применения аутсорсинга в современных организациях в условиях кризиса следует назвать экономию затрат, усиление эффективности, оптимальность предоставления и качества услуг, необходимость применения революционных технологий и опыта других компаний, нивелирование рисков, которыми сопровождается претворение бизнес-процессов в жизнь, освобождение ресурсов, необходимых для других направлений деятельности, уменьшение временных затрат, получение доступа к новым рыночным сегментам.

Особое внимание автор статьи уделяет тому, что использование аутсорсинга имеет свои достоинства (плюсы), но и недостатки (минусы). Поэтому, чтобы было принято решение об использовании аутсорсинга следует рассмотреть не только достоинства (плюсы), а в равной степени и недостатки или риски, которые влечет за собой использование аутсорсинга. В связи с этим автором представляется SWOT-анализ использования (применения) аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, компания, деятельность, применение, затраты, риски.

Abstract. The article discusses some aspects of the application of outsourcing, in particular, the author provides definitions given by various scientists. The stages of decision making on the application of outsourcing in a company are also investigated. The author notes that the main reasons for the use of outsourcing in modern organizations in a crisis should be called cost savings, increased efficiency, optimal delivery and quality of services, the need for revolutionary technologies and the experience of other companies, mitigation of risks that accompany the implementation of business processes, release resources needed for other areas of activity, reducing time costs, gaining access to new market segments.

The author pays special attention to the fact that the use of outsourcing has its advantages (pluses), but also disadvantages (minuses). Therefore, to make a decision on the use of outsourcing, consider not only the advantages (pluses), but equally the disadvantages or risks that the use of outsourcing entails. In this regard, the author presents a SWOT analysis of the use (application) of outsourcing.

Keywords: outsourcing, company, activity, application, costs, risks.

На современном этапе развития мировой экономики аутсорсинг представляет собой комплекс научно обоснованных и подкрепленных на практике методов и принципов хозяйствования, которые базируются на таких столпах, как повышение эффективности, конкурентоспособности, восприимчивости и гибкости по отношению к окружающей среде. Система управления затратами постоянно совершенствуется, обогащается новыми методами и инструментами, одним из которых является применение аутсорсинга.

Аутсорсинг дает возможность уменьшить степень необходимости в инвестировании финансовых средств, в которых многие компании нуждаются для осуществления дополнительных видов и направлений деятельности. В связи с применением аутсорсинга появляется возможность высвободить средства направлять в развитие основных фондов. Также аутсорсинг позволяет значительно улучшить финансовые результаты предприятия в виду того, что отдача от вложения капитала в дополнительные виды деятельности становится не такой важной и значимой. Таким образом, у компании создается конкурентное преимущество по применению аутсорсинга, связанного с минимизацией затрат, что на языке менеджмента называется управлением затратами. Указанное преимущество отражается в уменьшении управленческих издержек, например, приносит существенную экономию по оплате труда персонала финансового отдела или в связи с использованием высокотехнического оборудования. Также в качестве преимущества может быть названа и определенная ответственность за конечный результат.

Практика мировых компаний содержит в себе немало примеров по использованию аутсорсинга в деятельности компании. Но, несмотря на то, что в последние годы в Казахстане многие направления усиленно развиваются, и аутсорсинг в том числе, отечественный рынок все еще недостаточно готов к новшествам такого рода. Причины, не позволяющие ему эффективно развиваться: отсутствие внутренней подготовки к переходу на данную модель деятельности, нехватка современных знаний, навыков и практического опыта. Так, применение модели аутсорсинг в деятельности многих компаний даст возможность активно работать по направлению снижения затрат, что в целом скажется на повышении эффективности деятельности компании.

Также важно понимать, что повышение эффективности деятельности казахстанских предприятий в условиях затянувшегося кризиса является актуальной задачей, так как это вызвано изменением условий функционирования, переходом на

новые технологии, повышением эффективности хозяйствования и использования инвестиций, прогнозированием потребительского спроса, конкуренцией. Все это очень четко отражено в Программе для реализации 5 институциональных реформ Назарбаева «100 конкретных шагов» [1].

Для системного понимания сущности аутсорсинга представим его определение. Современная научная литература содержит значительное количество определений понятия «аутсорсинг» (outsourcing – в переводе с английского языка означает «заключение договора подряда с внешними фирмами»).

1. Комиссией по Европейскому банковскому надзору (CEBS, Committee of European Banking Supervisors) дано следующее определение аутсорсинга: «Аутсорсинг – использование регулируемой организацией третьей стороны («провайдера услуг по аутсорсингу») для выполнения функций на продолжительной основе, которые могли бы быть осуществлены самой регулируемой организацией в настоящий момент или в будущем».

2. Научное определение представлено доктором экономических наук, профессором Г.Н. Белоглазовой: «Аутсорсинг – процесс полной или частичной передачи отдельных функций или бизнес-процессов для выполнения сторонней организацией, которая выступает в качестве исполнителя услуг и осуществляет управление процессом реализации данной услуги или бизнес-процесса в рамках собственной деятельности» [2, с.10].

Следует признать, что оба определения в полной мере раскрывают сущность аутсорсинга, его участников и основные элементы. При этом Комиссия по Европейскому банковскому надзору указывает на продолжительную основу сотрудничества по договору аутсорсинга, исключая одноразовые контракты на покупку товара или услуги (например, услуги поставки мебели, оборудования, единовременные консультационные услуги и т. д.).

Необходимо согласиться с С.А. Волчинковым и Т.В. Никитиной в том плане, что главными причинами применения аутсорсинга можно назвать экономию затрат, усиление эффективности, оптимальности предоставления и качества услуг, необходимость применения революционных технологий и опыта других компаний, нивелирование рисков, которыми сопровождается претворение бизнес-процессов в жизнь, освобождение ресурсов, необходимых для других направлений деятельности, уменьшение временных затрат, получение доступа к новым рыночным сегментам [2, с.10].

Как уже отмечалось, в период экономического кризиса аутсорсинг стал очень популярным и продолжает завоевывать свою популярность по причине того, что все предпринимательство стремится уменьшить свои затраты. Но наряду с этим перед компаниями также стоит задача по сохранению своих высококвалифицированных кадров и, соответственно, производственного потенциала. Учитывая это, делегирование функций в рамках аутсорсинга дает возможность предприятиям сосредоточиться на выполнении своих главных функций, передав управление своими непрофильными направлениями компаниям, отвечающим за аутсорсинг.

Обращение к аутсорсингу – это очень ответственное решение потому, что существует ряд рисков, несмотря на то, что в аутсорсинг передаются непрофильные направления. Для этого должно быть принято обоснованное решение, которое будет закреплено документально. Также необходимо прописать весь процесс по принятию решения об аутсорсинге, а также механизма, согласно которого будет происходить делегирование отдельных направлений деятельности аутсорсеру. Принимаемое решение состоит из нескольких этапов. Более подробно в таблице 1.

Таблица 1

Этапы принятия решения о применении аутсорсинга

№ этапа	Название этапа
1	Этапы принятия решения
2	Определение цели аутсорсинга
3	Анализ имеющихся возможностей
4	Анализ возможностей потенциальных компаний-аутсорсеров
5	Подготовка решения
6	Анализ и оценка рисков
7	Принятие решения по использованию аутсорсинга в конкретном предприятии
<i>Примечание: источник [3, с.23]</i>	

Д.Ю. Сibaгатулина в своих исследованиях утверждает, что первый этап состоит из процедур по составлению количественных и качественных целей для использования аутсорсинга. В качестве первых представлены минимизация операционных расходов, наращивание прибыли и другие. Под вторыми подразумеваются обладание конкурентными преимуществами, приобщение к новым технологиям и инструментам [3, с.23].

Второй этап включает проведение анализа структуры стоимости работ и услуг, определенных для передачи в аутсорсинг. Следовательно, если действия по данному этапу позволяют уменьшить затраты и добиться конкурентной стоимости на необходимые работы и услуги – компании в аутсорсинге не нуждается, так как, обладая достаточными преимуществами, он все же не лишен рисков.

Следующий этап заключается в проведении анализа рыночной ситуации. В ходе его исследуются компании-аутсорсеры, какими возможностями они обладают, какова стоимость их товаров и услуг, то есть анализу подвергается все то, что запланировано делегировать сторонней организации. В процессе прохождения данного этапа проводится анализ финансовой отчетности потенциальных поставщиков, исследуется качество их товаров и услуг, деловая репутация и наработки в указанной области.

В рамках четвертого этапа происходит сравнительный анализ внутренних возможностей, которыми располагает компания, и тех предложений, что исходят от сторонней организации. Так, посредством реализации данного этапа происходит сбор и обработка информации, необходимой для оценки возможностей аутсорсинга для конкретной компании, что впоследствии дает возможность остановить свой выбор на том или ином кандидате [3, с.23].

Далее проводится оценка экономической эффективности передачи определенных бизнес-процессов другим компаниям. Вместе с этим рассчитываются все потенциальные риски. Так, для расчета экономической эффективности применения аутсорсинга многие компании пользуются методом сравнения всех затрат, которые компания закладывает на оплату услуг сторонней организации, и расходов, которые пойдут на выполнение этих функций, если они будут приводиться в действие с помощью ресурсов компании. Также следует принимать в расчет и расходы предприятия, которые оно несет, когда увольняет или принимает на работу персонал, выполнявший функции, отданные впоследствии компании-аутсорсеру.

Следует добавить, что для каждой компании уровень и виды рисков могут быть не такими, как для всех остальных организаций, но при этом все же можно отметить самые распространенные: нарушение договора о коммерческой тайне, затраты на возврат процесса, необходимость в заключении нового соглашения с компанией-аутсорсером в случаях, когда прежняя по каким-либо причинам не устраивает, зависимость от одного поставщика услуг, возможность банкротства. При этом современная наука позволяет как качественно, так и количественно оценить риски передачи бизнес-процесса на аутсорсинг. Так, в случае, когда риск по передаче части функций очень значительный, необходимо отказаться от решения нанимать аутсорсера. В иных ситуациях может быть принято решение о делегировании каких-то отдельных бизнес-процессов аутсорсеру и, соответственно, подписания с ним соглашения.

Эффективность использования аутсорсинга при управлении компанией можно определить, если сравнивать, как считает Д.А. Хлебников, затраты и результаты, т.е. «прирост» значений оценочных показателей. Такое сравнение может быть выполнено в соответствии с принципами: «до» и «после» аутсорсинга, «с использованием аутсорсинга» и «без реализации аутсорсинга» [4, с.12].

В рамках последнего этапа, руководствуясь расчетами экономической эффективности по применению аутсорсинга, а также сравнительным анализом всех преимуществ и рисков, топ-менеджмент компании решает вопрос о передаче части функций на аутсорсинг. При этом следует заметить, что единого для всех компаний подхода по количественной оценке эффективности передачи функций в науке и практике не существует. Это подтверждается проведенным контент-анализом ряда публикаций по теме статьи, а именно: компании, как правило, не намерены использовать сложные расчетные модели для того, чтобы понять, насколько эффективна будет передача функций.

Использование аутсорсинга имеет как достоинства (плюсы), так и недостатки (минусы). Поэтому, чтобы было принято решение об использовании аутсорсинга, следует рассмотреть не только достоинства (плюсы), а в равной степени и недостатки или риски, которые влечет за собой использование аутсорсинга. В таблице 1 представлен SWOT-анализ использования (применения) аутсорсинга.

Таблица 1

SWOT-анализ применения аутсорсинга

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Уменьшение затрат; - Интенсификация труда сотрудников компании; - Расширение масштаба деятельности; - Нарастание прибыли; - Усиление концентрации в рамках определенных направлений; - Усиление разделения труда 	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие надлежащей мотивации сотрудников компании; - Ухудшение качества работы; - Сотрудники компании не обладают необходимыми навыками и знаниями; - Отсутствие тесной коммуникации между отделами компании и аутсорсером. - Наделение нужными знаниями и навыками не своих специалистов, а сторонней компании
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Расширение рыночной доли; - Рост прибыли; - Усиление фокусирования на определенных задачах; - Повышение квалификации сотрудников; 	<ul style="list-style-type: none"> - Потеря квалификации сотрудниками компании; - Уменьшение производительности труда; - Возможность банкротства компании-аутсорсера; - Разглашение коммерческой информации;

<ul style="list-style-type: none"> - Усиление производительности труда сотрудников компании; - Интенсификация труда сотрудников; - Снижение затрат; - Снижение расходов по выплате заработной платы 	<ul style="list-style-type: none"> - Понижение заинтересованности в контроле за деятельностью предприятия; - Усиление конкуренции среди аналогичных компаний.
<p><i>Примечание: составлено автором</i></p>	

Таким образом, по результатам SWOT-анализа можно отметить, что аутсорсинг усиливает те риски, большинство которых присутствуют в деятельности компаний, и которых нельзя избежать, но есть риски, которые порождает непосредственно использование аутсорсинга. Говоря о рисках, надо понимать, что аутсорсинг часто снижает способность организации оперативно реагировать на изменения на рынке. Аутсорсинг может вызвать внутренние проблемы (корпоративные, экономические). Это та цена, которую, возможно, придется платить организации за возможности и предполагаемые финансовые выгоды [5, с.12].

При этом многочисленные исследования указывают на то, что применение аутсорсинга для более эффективного управления затратами связано с возрастающей потребностью в улучшении качества предоставляемых услуг с одновременным уменьшением их себестоимости и времени, необходимого для формирования данной услуги для клиента. Отданный на аутсорсинг бизнес-процесс позволит компаниям с максимальной эффективностью использовать сильные стороны участников экономических отношений, выжить в конкурентной борьбе благодаря тому, что каждая из заинтересованных сторон будет осуществлять ту деятельность, которая ей удастся лучше всего, это также позволит получать недорогое обслуживание функционала компании, заинтересованной в аутсорсинге, и обеспечит высоким качеством производимые работы.

Литература:

1. Пошаговый план нации по реализации пяти институциональных реформ Главы государства Нурсултана Назарбаева [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kazpravda.kz>.
2. Волчинков С.А., Никитина Т.В. Банковский аутсорсинг: теоретические и практические аспекты. Учебное пособие. Под. ред. д-ра экон. наук, проф. Г.Н. Белоглазовой. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - С.10.
3. Сibaгатулина Д.Ю. Бухгалтерское и аналитическое обеспечение реструктуризационного аутсорсинга // Вестник Челябинского государственного университета. - 2017. - №5. – С.23-28.
4. Хлебников Д.А. Аутсорсинг как инструмент снижения затрат и оптимизации бизнес-системы // Банковский вестник. – 2015. - №5. – С. 12-17.
5. Ушвицкий Л. И. Совершенствование методики анализа платежеспособности и ликвидности организаций / Л. И. Ушвицкий, А. В. Савцова, А. В. Малеева // Финансы и кредит. - 2016. - № 15. - С. 12-17.

**Исследования механизмов совершенствования налогообложения физических лиц
в Казахстане**

Қазақстанда жеке тұлғаларға салық салуды үндеу механизмінің зерттеулері

Research of mechanisms for improving taxation of individuals in Kazakhstan

Аннотация. В данной статье рассмотрено состояние и роль индивидуального подоходного налога в формировании доходной части государственного бюджета Республики Казахстан, а также предложены мероприятия для совершенствования налогообложения доходов физических лиц в условиях глобализации в контексте реализации государственных программных документов.

Ключевые слова: налог, налоги с физических лиц, индивидуальный подоходный налог, декларирование доходов, прогрессивная шкала, налоговые льготы, налоговая ставка, бюджет.

Аннотация. Бұл мақалада Қазақстан Республикасының мемлекеттік бюджетінің кіріс бөлігін қалыптастырудағы жеке табыс салығы жағдайы мен рөлі, сондай-ақ жаһандану жағдайында мемлекеттік бағдарлама құжаттарын орындау тұрғысында жеке табыс салығын салуды жетілдіру шаралары қарастырылады.

Түйінді сөздер: салық, жеке салықтар, жеке табыс салығы, кірістер туралы декларация, үдемелі шкала, салық жеңілдіктері, салық мөлшерлемесі, бюджет.

Abstract. This article discusses the status and role of the individual income tax in the formation of the state budget of the Republic of Kazakhstan, also suggests actions to improve the taxation of income of individuals in the condition of globalization in the context of the implementation of government policy documents.

Keywords: tax, taxes from individualstaxes from individuals, individual income tax, declaration of incometax deductions, a progressive scale, of tax incentives, tax rate, budget.

В современных условиях с помощью налогов государство не только формирует доходы бюджета, но и осуществляет регулирование экономики. Вопросы налогообложения касаются как юридических лиц, так и широких слоев граждан. Индивидуальный подоходный налог (ИПН) - один из самых известных и широко распространенных налогов. Относится к прямым и личным налогам, входит в группу налогов на доходы и является источником доходов местных бюджетов. Он охватывает значительную часть населения той или иной страны. Экономическое содержание этого налога проявляется в его регулировании: как уровня общественного производства, так и уровня потребления и уровня доходов населения.

Согласно Налоговому Кодексу Республики Казахстан налог – это установленный государством (в лице уполномоченного органа) в одностороннем порядке и в надлежащей правовой форме обязательный платеж, производимый налогоплательщиком

в определенном порядке и размерах, носящий безвозвратный, безэквивалентный и стабильный характер, уплата которого обеспечивается мерами государственного принуждения [1].

Основными признаками подоходного налога с физических лиц являются следующие:

– подоходный налог с физических лиц представляет собой обязательный денежный платеж, устанавливаемый государством исходя из экономических реалий, но строго директивно;

– налогом должны быть охвачены доходы всех групп граждан, вне зависимости от видов их деятельности;

– по объему финансовых ресурсов и сроку поступления в государственный бюджет налог обеспечивает определенность;

– налог не должен препятствовать развитию человеческого потенциала. На практике в любом налоге, в том числе и в подоходном налоге с физических лиц, должны соизмеряться его фискальная и регулирующая функции.

При этом к факторам, определяющим место индивидуального подоходного налога в налоговой системе РК, можно отнести следующие (рисунок 1):

- 1) индивидуальный подоходный налог является личным налогом;
- 2) реализует основные принципы налогообложения;
- 3) обеспечивает пополнение бюджетных средств государства;
- 4) способ взимания является достаточно простым.

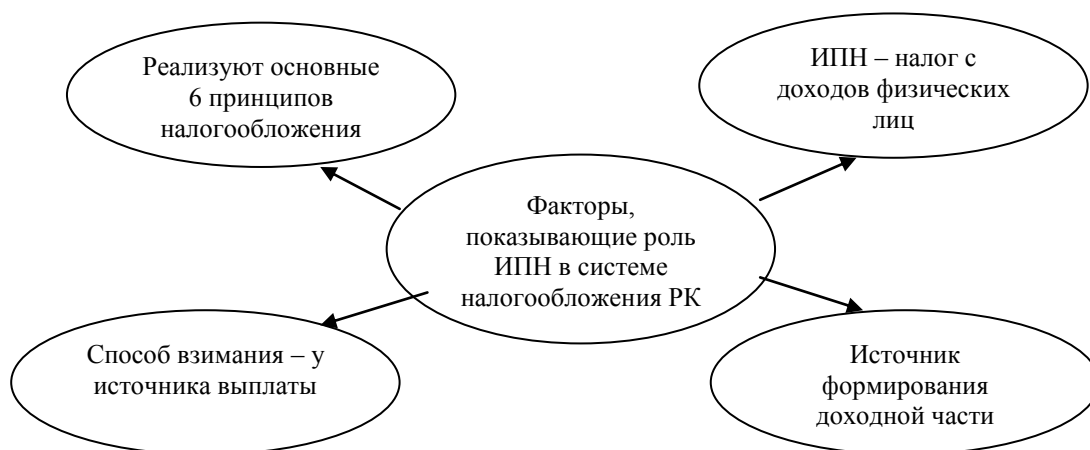


Рисунок 1. Факторы, показывающие роль ИПН в системе налогообложения РК

Примечание - составлено автором на основании источника [2]

Индивидуальный подоходный налог является самым перспективным в свете его продуктивности: при прочих равных условиях этот налог налоговым органам легче контролировать, чем другие налоги, и кроме того, от его уплаты сложнее уклониться недобросовестным налогоплательщикам.

Доля индивидуального подоходного налога в государственном бюджете прямо зависит от уровня развития экономики, от уровня развития промышленности, сельского хозяйства, торговли и т.д. При планировании поступлений налоговых платежей от индивидуального подоходного налога в местный бюджет регионов Казахстана,

необходимо учитывать факторы, оказывающие непосредственное влияние на собираемость налога на доходы физических лиц и на его фактическое поступление [3].

Казахстанский ученый-экономист А. Есентугелов подчеркивает: «...в последние годы происходит снижение доли государственных бюджетных расходов и доходов в ВВП, что связано с снижением с 2006 года ставок ряда налогов..... В таком виде государственные бюджетные расходы и налоговая нагрузка на экономику выглядит совсем не обременительными...» [4, с.337-338]. Здесь следует отметить, что налоговая политика Казахстана направлена на дальнейшее совершенствование системы налогообложения и снижения налогового бремени, что делает налоговую систему привлекательной для инвестиционной деятельности.

Для выяснения обстоятельств снижения удельного веса налоговых поступлений в доход бюджета, разберем структуру, количество и качество налоговых поступлений.

Рассмотрим данные по налоговым поступлениям в республиканский бюджет РК, приведенных в таблице 1 [5] *Источник: [http://kgd.gov.kz/ru¹]*.

Таблица 1

Налоговые поступления в Республиканский бюджет РК в (млн. тенге)

Код БК	Класс налогов	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	Темп изменения
101	Подходный налог на доходы	1 169 666	1 224 645	1 437 364	1 538 785	131
<i>Удельный вес в (%)</i>		31	37	34	32	
105	Внутр. налоги на товары, работы и услуги	1 423 664	1 205 749	1 863 854	2 086 143	146
<i>Удельный вес в (%)</i>		39	36	43	43	
106	Налоги на междунар. торговлю и внешние операции	1 054 054	880 063	951 806	1 196 918	113
<i>Удельный вес в (%)</i>		29	26	22	25	
108	Обязат. платежи, взимаемые за соверш. юрид. значимых действий	18 700	22 377	22 472	25 770	138
<i>Удельный вес в (%)</i>		0,5	0,6	0,5	0,5	
107	Прочие налоги	5,7	89,2	388,8	411,0	71 раз
<i>Удельный вес в (%)</i>		0,0	0,0	0,0	0	
Всего		3 666 092	3 332 925	4 275 886	4 848 028	

Изучив структуру налоговых поступлений в республиканский бюджет, мы пришли к выводу, что повышается значимость внутренних налогов на товары, работы и услуги, так как увеличились объемы поступлений на 43%, а также удельный вес в общем объеме налоговых поступлений: в 2014 – 39%, в 2015 году – 36%, в 2016 – 43% и в 2017 году 43%.

Налоги на международную торговлю и внешние операции увеличились на 13%, и по состоянию на 2017 год доля таможенных пошлин занимает 25%. Данный факт говорит о возрастающей роли Казахстана на международном рынке и неснижаемой деловой активности.

В современной отечественной науке налоги в основном рассматриваются как источник наполнения доходной части бюджета с использованием мобилизационной и фискальной функций, тогда как социальная и перераспределительная функции проявляются все слабее и слабее [6]. О высокой фискальности налогов в Казахстане свидетельствует анализ динамики темпов роста налоговых поступлений в государственный бюджет и темпов роста ВВП.

Для выяснения обстоятельств снижения удельного веса налоговых поступлений в доход бюджета, разберем структуру, количество и качество налоговых поступлений.

В связи с этим можно отметить, что очень справедливо мнение о том, что построение оптимальной налоговой системы основывается на зависимости между производством, налогообложением и формированием доходов государства [6, с.25-32].

Изменения и дополнения в налоговом законодательстве Казахстана с 2006 года и новый Налоговый кодекс, принятый в декабре 2017 года, направлены на оптимизацию налогообложения с учетом фискальных возможностей субъектов налоговой системы (дальнейшее совершенствование упрощенного налогообложения, снижение ставки индивидуального подоходного налога для низкооплачиваемых работников до 1% при размере оплаты менее 25 МРП, введение единого совокупного платежа для самозанятых граждан и др.) [5, 6].

Таким образом, налоги являются не только основным элементом формирования доходной части государственного бюджета, но и одним из самых эффективных рычагов обеспечения развития инновационной экономики. Для содействия устойчивому развитию национальной экономики и обеспечения роста благосостояния граждан налоговая система должна находиться в процессе трансформации с учетом отечественного и мирового опыта, требований времени и развития национальной экономики.

Налоговая система Казахстана является одним из ключевых факторов влияния на экономическое развитие государства. Чрезмерная фискальная ориентация налоговой политики является одним из факторов охлаждения деловой активности в Казахстане, которая оказывает дополнительное давление на динамику ВВП, промышленного производства и инвестиций в условиях инновационного развития экономики Казахстана.

Следует отметить, что в Казахстане, кроме ИП, физические лица при условии наличия объектов налогообложения также уплачивают следующие местные налоги: налог на транспортные средства, налог на имущество с физических лиц и земельный налог.

С 2019 года в Казахстане введен Единый совокупный платеж (ЕСП) для самозанятых граждан. ЕСП введен для упрощения регистрации неформально занятых и легализации их деятельности и объединяет четыре платежа в один. Введение ЕСП для неформально занятых принесло им следующие преимущества: участие в системе обязательного социального медицинского страхования (ОСМС) и получение доступа к медицинским услугам; участие в накопительной пенсионной системе и получение

базовой пенсионной выплаты в зависимости от стажа участия в системе; получение действующих в стране социальных выплат.

С 2021 года в Казахстане планируется ввести полное всеобщее декларирование доходов и имущества населения. Как предполагается, такая мера позволит эффективнее бороться с коррупцией, а бюджет страны получит от граждан больше налогов. После этого будут приняты меры по раскрытию счетов, активов, где бы они ни находились, для выяснения их происхождения, налогообложения, в том числе с помощью ОЭСР.

Для совершенствования налогообложения доходов физических лиц (в том числе индивидуального подоходного налога) в условиях глобализации, на наш взгляд, целесообразно проведение следующих мероприятий:

- внедрение системы всеобщего декларирования доходов и имущества населения, переход к прогрессивной шкале налогообложения по индивидуальному подоходному налогу,

- создание комбинированной системы налогообложения доходов с учетом размера прожиточного минимума и уровня средней заработной платы в стране и др.;

- увеличение и введение новых нестандартных налоговых вычетов, а также повышение налоговых льгот. Увеличение социальных налоговых вычетов, например, установление вычетов на образовательные расходы обусловит привлекательность вложений в человеческий капитал, а реализация принципов горизонтальной справедливости оправдывает предоставление вычетов на медицинские расходы.

- дальнейшее совершенствование работы «электронного кабинета налогоплательщика» за счет более эффективной организации обратной связи (рассылка новостей об изменениях в налоговом законодательстве, электронные консультации в формате веб-чата, расширение функций и улучшение возможностей и др.)

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий будет способствовать повышению эффективности системы налогообложения доходов физических лиц, а также способствовать росту налоговых поступлений в государственный бюджет.

Литература:

1. Налоговый кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2019г.).
2. Нурумов А.А. Налоги и финансы рыночной экономики. - Астана: Елорда, 2009. – 304 с.
3. Налоги и налогообложение. / Центр подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов органов финансовой системы: учебное пособие. - Астана, 2012. - 452 с.
4. Есентугелов А. Стратегия процветания страны в условиях меняющегося мира. Уроки мирового кризиса и модернизация казахстанской экономики. Монография. - Алматы: 2011. – 400 с.
5. Официальный сайт Министерства финансов Республики Казахстан.// www.minfin.gov.kz.
6. Официальный сайт Комитета государственных доходов Министерства финансов Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: <http://kgd.gov.kz>.

ГРНТИ 15.41.49
УДК 316.356.2

Б. Құрманбаева
Н.М. Иргебаева
Р.О. Жолшыбекова

Отбасы - тұлғаны қалыптастыру және дамыту институты

Семья - институт формирования и развития личности

Family as an institution of personality formation and development

Аннотация. Мақалада баланы тәрбиелеудің басты институты отбасы екені тұжырымдалған. Сондай ақ тәрбиенің мақсаттары мен тәрбие әдістері талданып, бала тәрбиесіндегі қарым - қатынас мәселесі қарастырылған. Отбасы бұл кішкентай мемлекет, отбасы қауымға, қауым мемлекетке айналады, сол себебті баланы отбасынан өмір талабына, қоғамдық нормаларға сай тәрбиелеу қажетілігінің ғылыми негіздері талданған. Отбасы - жеке тұлғаны әлеуметтендірудің маңызды институты. Адам отбасында алғашқы тәрбиені алады. Отбасы баланың қалыптасуына үлкен үлес қосады. Ата-аналар балаларына сөзбен ғана емес іспен көрсетілген тәрбие ұтымды болады.

Түйінді сөздер: отбасы, әлеуметтену, тәрбие, ата-ана, тұлға.

Аннотация. В статье рассматривается положение о том, что семья является основным институтом воспитания детей. Также проанализированы цели и методы воспитания, рассмотрены проблемы общения в воспитании. Семья - это маленькое государство, семья превращается в общину, общность в государство, по этой причине проанализирована научная основа необходимости воспитания детей в семье в соответствии с жизненными стандартами и социальными нормами. Человек получает первое образование в семье. Семья вносит большой вклад в воспитание ребенка, поэтому уделено внимание тому, насколько хорошо родители учат своих детей, не только словесно, но и поступками.

Ключевые слова: семья, социализация, воспитание, родители, личность.

Abstract. The article states that the family is the primary institution of parenting. The purpose of the upbringing and methods of education are also analyzed, as well as the problem of communication in the upbringing. The family is a small state, the family becomes a community, a community into a state, which provides for the scientific rationale for the need to bring up children from family to life standard and social norms. Family is an important institution of socialization of personality. Man receives the first education in the family. The family contributes greatly to the child's upbringing. Parents will benefit by teaching their children not only in words but also in deeds. The child is a minor, full of upbringing and a promising personality.

Keywords: family, socialization, upbringing, parents, personality.

Отбасы – бұл ерекше құбылыс, оның қоғам өмірінде ерекше рөл атқаратын, маңызды функцияларының бірі - тәрбие. Әлеуметтанушылардың көзқарасы бойынша отбасы – бұл отбасылық одақ пен келісімге негізделген шағын әлеуметтік топ, олардың мүшелері ортақ өмір, өзара көмек және моральдық жауапкершілікпен байланысқан. Отбасы – қоғамның ажырамас элементі, сондықтан оның құндылығын төмендету мүмкін емес. Бірде-бір ұлт, бірде бір өркениетті қоғам отбасысыз құрылмайды. Қоғамның болашағы отбасынан басталады [1, 1]. Бала өмір туралы алғашқы білімді отбасыдан алады және рөлдік ойындарда тәжірибе жинай отырып, еліктеу және адамгершілік қарым-қатынастарды меңгереді. Ата-аналардың мінез-құлқын көру арқылы ол мінез-құлық пен мінез-құлық үлгілерін үйренеді. Ата-ананың жеке өмірлік үлгісі, өмір салты - бұл баланың ішкі әлемінің негізгі құрылыс материалы, яғни ата-аналардың сөйлеу тәсілі, көзқарастары, іс-әрекеттері, дүниетанымы бейнеленеді. Іс жүзінде әр адам бақыт ұғымын, ең алдымен, отбасымен байланыстырады: үйінде бақытты адам бақытты.

Отбасы — бірлесіп күн көретін, туыстық қатынаста тұратын адамдар тобы. Балалар тәрбиесін жүзеге асырып, басқа да қоғамдық тұрғыдан мәнді қажеттіліктерді қанағаттандыратын некелік немесе туыстық қатынастармен байланысқан адамдар тобы [2].

Әлеуметтену - бұл әлеуметтік «мен» қалыптасу процесі. Ол адамның мәдениетке, тәрбие мен білімге қатынасының барлық түрлерін қамтиды, олардың көмегімен адам әлеуметтік сипат алады [3, 116]. Психологиялық сөздікте келесі анықтама берілген: «әлеуметтену - эволюциялық процесс, субъектінің қарым-қатынас факторларында, жеке іс-әрекетте өзі жүзеге асыратын әлеуметтік тәжірибені игеру нәтижелері» [4, 66 6].

Н.В.Губиннің пікірінше, әлеуметтену дегеніміз «адамның қоғамның толық мүшесі болуы үшін оның әлеуметтік құндылықтары мен нормаларын, әлеуметтік тәжірибе мен білімді игеру процесі». Бұл биологиялық болмыстың әлеуметтік бағытқа апаратын жолы [5, 86].

Әрбір отбасыда кей кезде саналы емес түрде тәрбие беру жүйесі қалыптасады. Бұл жерде біз тәрбиенің мақсаттары мен тәрбие әдістерін түсінуді, сондай-ақ балаға қатысты не істеуге болатынын және не істемеу керектігін қарастырамыз. Отбасындағы ата-ана мен бала арасындағы қатынас нәтижесінде тәрбиенің негізгі 4 тәсілі бар, олар: диктатура, қамқоршылық, араласпау және ынтымақтастық.

Отбасындағы диктатура ата-аналардың балаларының қызығушылығы мен өзін-өзі бағалауын жүйелі түрде басуынан көрінеді. Әрине, ата-аналар балаға моральдық нормаларға, нақты жағдайларға сүйене отырып педагогикалық және моральдық тұрғыға негізделген шешімдер қабылдау арқы және тәрбие мақсатында талап қоя алады. Алайда, барлық ықпал ету түрлерінен тәртіпті және зорлық-зомбылықты қалайтындар қысымға, мәжбүрлеуге түскен бала екіжүзділікпен, алдаумен, дөрекілікпен, кейде ашық жеккөрушілік арқылы ата-анасына қарсылық білдіреді. Қарсылықты күшпен басса да, онымен бірге көптеген жеке тұлғалық белгілердің жойылуы байқалады: дербестік, өзін-өзі бағалау, жігерлік, өзіне деген сенім және жеке қабілеттер, мұның бәрі жеке тұлғаның сәтсіз қалыптасуының кепілі.

Отбасындағы қамқоршылық - бұл ата-аналар өз еңбегімен баланың барлық қажеттіліктерін қанағаттандыратын, оның кез-келген уайымнан, қайғысын және қиындықтардан қорғау үшін барлығын өз мойнына алатын қатынастар жүйесі. Жеке тұлғаны белсенді қалыптастыру мәселесі екінші орынға ығысады. Ата-аналар шын мәнінде балаларын өз үйінен бөлек жатқан қоғам шындықтарына дайындау процесіне кедергі жасайды. Балаға мұндай шамадан тыс қамқорлық, оның бүкіл өмірін шамадан тыс бақылау, эмоционалды байланыстың негізін гипер-қамқорлық деп атайды. Бұл

дербестіктің болмауына, қарым-қатынастағы қиындықтарға әкеледі. Сонымен қатар қарама-қарсы тұжырымдама бар - гиперпроцессия, бұл ата-ананың немқұрайды қарым-қатынасының толық бақылаудың болмауымен көрініс табады. Балалар қалағанын жасай алады. Нәтижесінде, кемелденгеннен кейін олар ешкімді құрметтей алмайтын өзімшіл, құрметке лайықсыз адамдарға айналады, бірақ сонымен бірге барлық қиындықтарының орындалуын талап етеді.

Ересектердің балалардан тәуелсіз өмір сүруінің мүмкіндігі негізделген отбасындағы тұлғааралық қатынастар жүйесі араласпау тәсілі арқылы құрылуы мүмкін. Сонымен қатар, екі әлем бірге өмір сүре алады: ересектер мен балалар және олардың ешқайсысы жоспарланған сызықты кесіп өтпеуі керек. Көбінесе қарым-қатынастың бұл түрінің негізі ата-аналардың тәрбиеші ретіндегі енжарлығы болып табылады.

Отбасындағы қарым-қатынас түрі ретінде ынтымақтастық бірлескен қызметтің ортақ мақсаттары мен міндеттерімен, оны ұйымдастырумен және жоғары моральдық құндылықтармен отбасындағы тұлғааралық қатынастардың делдалдығын қамтиды. Ынтымақтастықтың жетекші түрі болып табылатын отбасы ерекше сапаға ие болады және дамудың жоғары деңгейіне - ұжымға айналады.

Жас кезеңдері психологиясында адамның дамуының бірнеше сатылары талданып, зерттелген. Әр даму сатысы дағдарыстан тұрады, яғни адамның жаңа даму сатысына көтерілуі бұрынғы қалыпта бола алмау, жаңа өзгерісті талап ету өте күрделі кезең болып табылады. Көптеген ата-аналар балаларындағы өтпелі кезеңді шыдамдылықпен өткереді. Кей ата-аналар үшін бұл балалық шақтан ересек өмірге көшу толығымен байқалмайды, біреу үшін бұл нағыз қиындыққа айналады. Соңғы уақытқа дейін мойынсұнғыш және сабырлы бала кенеттен ашушаң, ызақор болады, ол қайта-қайта басқаларға тиісіп ұрыншақ болады. Бала бойындағы бұл өзгеріс көп жағдайда ата-аналардың теріс реакциясын тудырады. Олардың қателігі - олар жасөспірімді өз еркіне бағындыруға тырысады және бұл оны тек ересектерден алыстатады, ал ең бастысы, өсіп келе жатқан адамды бұзады, оның «менін» басып тастап мойынсұндырады.

Жасөспірімдердің тәуелсіздігі негізінен ересектердің қамқорлығынан, бақылауынан босатуға деген ұмтылыс арқылы көрінеді. Ата-аналарына, олардың сүйіспеншілігі мен қамқорлығына, олардың пікіріне сүйене отырып, балалар тәуелсіз болуды, ата-аналарымен тең болуды қалайды. Екі жақ үшін де осы қиын кезеңде және одан кейінгі қарым-қатынастардың дамуы, негізінен отбасында қалыптасқан ата-ананың тәрбиесіне және ата-ананың баласының кемелдік сезімін қабылдауға, тұлға дамуының теориялық мәселелерін білуімен байланысты.

Ата-аналық мінез-құлықтың 3 стилі бар - авторитарлық, демократиялық және босбелбеу.

Авторитарлық стильде ата-ананың қалауы - бала үшін заң. Мұндай ата-аналар балаларын басады. Олар жасөспірімнен толық мойынсұнуды талап етеді және оған нұсқаулар мен тыйымдардың себептерін түсіндіруді қажет деп санамайды. Олар жасөспірімдерінің барлық салаларына қатаң қалайды және мұны әрдайым дұрыс жасауға йбермейді. Мұндай отбасылардағы балалар әдетте оқшауланады, олардың ата-аналарымен байланысы бұзылады.

Кейбір жасөспірімдер жанжалға түседі, бірақ көбінесе мұндай отбасында өсетін балалар отбасылық қатынастарға бейімделіп, өз-өзіне сенімсіз және дербес бола алмайды.

Отбасылық қатынастардың демократиялық стилі білім алу үшін ең жақсы әдіс. Демократиялық ұстанымдағы ата-аналар жасөспірімдердің мінез-құлқындағы дербестік пен тәртіпті бағалайды. Олар өздері оған өмірінің кейбір саласында өзі шешім қабылдау құқығын береді, оның құқықтарына нұқсан келтірместен кей міндеттерді орындауды

талап етеді. Ата-аналар оның пікірін құрметтейді және онымен кеңеседі. Жылы сезімдер мен ақылға қонымды күтімге негізделген тәрбие әдетте баланың наразылығын тудырмайды, ол көбінесе неге біреуін істемеу керектігін, ал біреуін істеу керектігін түсініп, ата-анасын тындайды. Мұндай жағдайларда баланың қалыптасуы ешқандай алаңдаушылық пен кедергісізөтеді.

Босбелбеу стильде ата-аналар мүлдем балаларына назар аудармайды, оларды ештеңемен шектемейді, ештеңеге тыйым салмайды. Бұл топтағы балалар айналасындағы достары, таныстары, туыстарының ықпалына түседі, айналасындағы адамдар жақсы болса жасөспірімдер жат мінезден аулақ болады. Алайда жасөспірімдер көбінесе жаман ықпалға түседі, ата-аналарына қарсы келіп, қолкөтере алады, олардың ешқандай құндылықтары болмайды.

Қанша отбасы болса, сонша ата-анатәрбиесінің нұсқалары бар. Әр отбасында қалыптасқан нұсқаға байланысты тұлға қалыптасады. Өмірде мақсаты бар, оған қолжеткізгісі келетін, оларға жетуге тырысатын бала ғана жағымды сапаларды меңгереді. Бұл нормалар мен құндылықтардың тұрақты жүйесі, берік сенімі, сондай-ақ әр мәселе бойынша өзіндік пікірі бар, өз көзқарасын қорғай алатын адам.

Тұлғаның қалыптасуы адамға биологиялық және әлеуметтік факторлардың әсеретуімен байланысты. Балаға отбасындағы кезкелген нәрсенің барлығы әсер ете алады, тұқым қуалай берілетін ерекшеліктерден бастап тамақтануға дейін. Кішігірім қателік – адам өзінің жеке менін жоғалтып, «басқалар сияқты» бола бастайды. Әрқайсымыз мансап, отбасын құрып, бала өсіргіміз келеді. Әркімнің өзін-өз бағалауы, қажеттіліктері мен талап ету деңгейі әр түрлі және бұл сонымен бірге жеке тұлғаның қалыптасуына, отбасы мен қатар әсер ететін факторлардың бірі. Отбасында адам өзінің алғашқы әлеуметтік тәжірибесін алады, алғашқы қадамдарды жасайды, алғашқы сөздерді айтады. Тұлғаның қалыптасуына тек ана мен әке ғана емес, сонымен қатар басқа да отбасы мүшелері әсер етеді. Отбасы – индивидтің әлеуметтенуіндегі маңызды фактор, онда мораль негіздері қойылады, мінез-құлықтың әлеуметтік нормалары қалыптасады, тұлғаның ішкі әлемі мен жеке қасиеттер ашылады, ол адамның әлеуметтік және шығармашылық белсенділігін ынталандырады, қоғамның орнығу, толысу процесінде шешуші, іргелі рөл атқарады. Отбасында баланың жақсылық пен жамандық, әдептілік, материалдық және рухани құндылықтарға құрметпен қарау туралы идеялары қалыптасады. Отбасындағы жақынадамдар мен бірге ол сүйіспеншілік, достық, міндет, жауапкершілік, әділеттілік сезімдерін сезінеді. Табиғаты бойынша отбасылық тәрбие сезімге негізделген. Отбасылық тәрбие кез-келген тәрбиеге қарағанда эмоционалды сипатта болады, өйткені оның «құралы» - бұл балаларға деген ата-аналық махаббат, балалардың ата-аналарына деген сезімдерін оятады.

Мемлекеттің тұрақты дамуы отбасының жағдайын байланысты. Қоғамның рухани мәдениетінің деңгейі отбасындағы рухани мәдениеттің деңгейіне де байланысты, бір біріне үнемі ықпал етіп отырады. Отбасының экономикалық жағдайы мемлекеттің экономикалық жағдайына байланысты. Бала отбасында қалай жұмыс істеуге дағдыланса, ол мамандықты таңдап, өз бетінше жұмыс істеуге дайын болады. Отбасылық тәрбие, еңалдымен, балаға деген махаббаттан басталады. Сүйіспеншілік дегеніміз – бұл олардың ата-аналық сезімдерін қанағаттандыру емес, баланы жеке тұлға ретінде дамыту үшін жағдай жасау.

Осылайша отбасы жеке тұлғаны қалыптастырудағы негізгі институт деп тұжырымдауға негіз бар. Әр отбасы бала тәрбиелегенде баламен ақылдасып, ойын тындап, үлкендерді құрметтеуге үйретеді. Отбасы - сезім! Отбасы - тірек! Отбасы - шынайылық! Отбасы бұл барлық бастаулардың бастауы, бұл өткен ұрпақ пен қазіргі

уақыттағы ұрпақтың сабақтастығы. Мақала Тұран- Астана университеті ректорының 2019 жылғы ғылыми зерттеу жобасының «Қазақ отбасындағы өзара қарым- қатынастың психологиялық аспектілері» тақырыбы негізінде дайындалды.

Әдебиеттер тізімі:

1. Капасова Н.Ж. Семья как социальный институт формирования личности ребенка // Adisteme.kz. 2016 [Электронды ресурс].- URL: <https://adisteme.kz>.
2. Уикипедия. Отбасы [Электронды ресурс].- URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki/>
3. Андреева Т.М. Актуальные проблемы социальной психологии. – М.: Просвещение, 1995. -116 с.
4. Социальная психология. / Под редакцией Петровского А.В. – М.: Просвещение, 1987. - 666 с.
5. Глоссарий психологических терминов. / Под. ред. Н.В. Губина. - М.: Наука, 1999. –86 с.

ГРНТИ 14.07.09

УДК 811.512.122, 366:373.13

Н.Ә. Тойбазарова

Білім беру мазмұнын жаңарту аясында болашақ бастауыш сынып мұғалімдерінің кәсіби даярлығын дамыту

Развитие профессиональной подготовки будущих учителей начальных классов в рамках обновления содержания образования

Future primary school teachers in the framework of updating the content of education development of professional training

Аннотация. Мақалада болашақ бастауыш сынып мұғалімдерінің кәсіби даярлығын дамыту мәселелері қарастырылады. Өзгермелі әлемде оқушыларды оқытуға бағытталған білім беру модельдерін әзірлеу үшін орта білім мазмұны жаңартылды. Осыған байланысты мақалада мектеп тәжірибесіне инновациялық білім беру технологиялары мен оқытудың белсенді әдістерін енгізу жолдары туралы айтылады. Бастауыш сыныптарда жаңартылған білім мазмұны аясында қазақ тілін оқытудың әдіс-тәсілдері жүйеленіп, сабақты ұйымдастырудың қысқа мерзімді жоспарлары берілген.

Түйінді сөздер: орта білім мазмұнын жаңарту, инновациялық білім беру, дамыта оқыту жүйесі, белсенді оқыту әдістері, қысқа мерзімді жоспарлары.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития профессиональной подготовки будущих учителей начальных классов. Обновлено содержание среднего образования для разработки моделей образования, ориентированных на обучение учащихся в изменяющемся мире. В этой связи в статье говорится о путях внедрения в

школьную практику инновационных образовательных технологий и активных методов обучения. В рамках обновленного содержания образования в начальных классах систематизированы методы и приемы обучения казахскому языку, представлены краткосрочные планы организации занятий.

Ключевые слова: обновление содержания среднего образования, инновационное образование, развивающая система обучения, методы активного обучения, краткосрочные планы.

Abstract. The article discusses the training of primary school teachers, innovative technologies and methods of teaching students to introduce the updated content of education in primary schools, based on the study of advanced domestic and foreign practice of secondary education, aimed at the creation a new model of education in a rapidly changing world.

Keywords: update of the content of secondary education, innovative education, development of teacher training, system of developing training, aimed and results, methods of developing training.

*«Адам мақсатына өзін - өзі жетілдіру арқылы жетеді»
(Әбу - Насыр әл - Фараби)*

Өмір – бұл ағын су секілді, бір орында тұрмайды, яғни жылдар жылжып, уақыт өтеді. Уақыт өткен сайын қай салада болмасын дүниенің бір жаңалығы орын алып жатады. Сол жаңалықты тосырқамай, жақсы - жаманын саралап қабылдай білу керек.

Өмірді ағын суға теңесек, білімді - теңіз, мектепті – кеме деп қарастырамыз, ал мұғалім – сол кеме капитаны деуге болады. Кеменің тереңге батпай, дұрыс бағдармен жүруі мұғалімге байланысты.

Мұғалімнің ұстанымы әрі мақсаты – шәкіртінің ішкі жан дүниесін тану, оның жеке басының құндылықтарын құрметтей отыра, тұлға ретінде қалыптастыратын ерік, мақсатқа ұмтылушылық секілді қасиеттерін жандандыруға көмектесу.

Елбасы Н. Ә. Назарбаев: *«Біз осы заманғы білім беру жүйесісіз, әрі алысты барлап, кең ауқымды ойлай білетін осы заманғы мұғалімдерсіз инновациялық экономика құра алмаймыз»*- деп атап көрсеткендей, осы заманғы ұстаз – болашаққа заман ағысымен ілгерілеген озық тұлға. Мұғалімге осындай көзқараспен қарау, оның алдына қойылар талапты да айқындайды. Кез - келген адам алдына қойған мақсатына ерік - жігерін аямай еңбек ету арқылы, осы жолда өзін - өзі бар қырынан жетілдіру арқылы жетеді [1].

Қазақстан Республикасы Президентінің 2014жылғы 17 қаңтардағы Қазақстан халқына Жолдауында: *«Орта білім жүйесінде жалпы білім беретін мектептерді Назарбаев зияткерлік мектептеріндегі оқыту деңгейіне жеткізу керек. Мектеп түлектері қазақ, орыс және ағылшын тілдерін білуге тиіс. Оларды оқыту нәтижесі оқушылардың сындарлы ойлау, өзіндік ізденіс пен ақпаратты терең талдау машығын игеру болуға тиіс»*, - делінген болатын[1].

Елбасының білім беру жүйесіне қойып отырған бұл міндетін жүзеге асыруда Қазақстанда орта білім беруді жүйелі жанарту себептері анықталып, олардың бірі - «өмірлік білім алудың» орнына «өмір бойы білім алу» парадигмасына ауысу қажеттігі айқындалды.

Әлемдік білім беру кеңістігіне кіру мақсатында Қазақстан Республикасы отандық білім берудің озық дәстүрлері мен стандарттарын сақтай отырып әлемдік білім беру тәжірибесіне бағытталған стратегиялық курсын таңдады. Осыған байланысты, Қазақстан

Республикасы Білім және ғылым министрлігі орта білім мазмұнын жаңартуға бағытталған іс-шаралар кешенін жүзеге асыруды бастады [2].

Мемлекетіміздің білім беру мазмұнын жаңартудағы мақсаттарының бірі – әлемдік білім кеңістігінде жинақталған жетістіктерді меңгере отырып, сапалы өзгерістерді қамтамасыз етуге үлес қоса алатын, рухани салауатты, кәсіби құзыретті және өмірлік маңызды құндылықтарды терең түсіне білетін мәдениетті жеке тұлға тәрбиелеу. Ол үшін осындай тұлғаны тәрбиелейтін мектеп үнемі құбылып тұратын әлемде табысты болуға қабілетті адамға негіз салуға тырысуы қажет. Осыған байланысты жылдам өзгеретін әлемде оқушыларды оқытуға неғұрлым бағытталған білім беру модельдерін әзірлеу үшін орта білім саласындағы үздік отандық және халықаралық тәжірибені зерделеу нәтижесінде білім мазмұны жаңартылып, мектеп тәжірибесіне оқытудың жаңаша әдістері мен технологиялары, бағалаудың объективті жүйесі енгізілуде.

Білім мазмұнын жаңарту – білім беру бағдарламасының құрылымы мен мазмұнын, оқыту мен тәрбиелеудің әдістері мен тәсілдерін қайта қарастыру болып табылады. Ұлттық және жалпы адамзаттық құндылықтарды бойына сіңірген, кез келген өмірлік жағдайда функционалдық сауаттылығы мен бәсекеге қабілеттілігін көрсете білетін тұлғаның үйлесімді қалыптасуына және зияткерлік дамуына қолайлы білім беру ортасын тудыру – жаңартылған білім мазмұнын енгізудің нәтижесі болуы керек [2].

Мемлекетіміздің білім беру үдерісіне енген жаңартылған білім беру бағдарламасы — заман талабына сай келешек ұрпақтың сұранысын қанағаттандыратын тың бағдарлама.

Бұл өз кезегінде мектептерге үлкен талаптар қояды. Осындай басым талаптардың бірі – жеке тұлғаға бағытталған сапалы білім беру. Бұған баса назар аударудың өзіндік себептері мыналар:

- еліміздің экономикалық дамуына сай, заманға лайық өмір сүре алатын азамат қалыптастыру;

- бүгінгі оқушының іс-әрекетке бейімділігі, еркіндігі, мұғалім мен оқушы арасындағы қарым-қатынастарда жаңа тәсілдер мен әдістердің болуы;

- мектеп оқушылары мен мұғалімдер арасындағы қарым-қатынаста адамгершілік пен демократия жағының басым болуы.

Жоғарыда аталған *әрекеттерді жүзеге асыратын мұғалімдер қауымы*. Сондықтан орта білім беру жүйесі мұғалімдерге төмендегідей талаптар қояды:

- өзінің сабақ беретін пәнін мемлекеттік стандарт деңгейінен жоғары деңгейде білу;

- қазіргі заманға сай оқытудың инновациялық технологияларын білу;

- білім беру, тәрбиелеу үрдісінде үлгірімге ғана көңіл бөлмей оның басқа да көрсеткіштерімен байланысына да көңіл бөлу;

- оқушылардың қаблеттерінің ерекшелігін ескере отырып, оларға шығармашылықпен жұмыс жасайтын тапсырмалар дайындай білу;

- маманның ғылыми терең дайындығының болуы;

- ішкі жан-дүниесі еркіндікке негізделген, қоғамдағы бар экономикалық, әлеуметтік жағдайды педагогикалық тұрғыдан түсіне білуі;

- ерекше ізденімпаздықпен бұрынғы дәстүрліні жаңалықпен үйлестіре алатындай жаңартылған білім мазмұнын оқыту жағдайында мұғалімдердің кәсіби даярлығының болуы шарт.

Еліміздің білім беру жүйесіндегі мұндай өзгерістер мен жаңалықтарды тәжірибеге енгізетін мұғалімдер болғандықтан оларды кәсіби даярлау біліктілікті арттыру курстарын ұйымдастыру арқылы жүзеге асырылады.

Жаңартылған білім беру бағдарламасымен оқыту жағдайында мұғалімдердің кәсіби даярлығы – мұғалімнің инновациялық педагогикалық технологияны меңгеруі және меңгерген оқытудың жаңаша әдіс-тәсілдерін өз іс-тәжірибесінде пайдалана алуына қажетті жаңа білім, білік, дағдыны меңгеруі.

Осыған байланысты Қазақстан Республикасында орта білім мазмұнын жаңарту шеңберінде қазақ тілінде оқытатын мектептердегі бастауыш сынып пәндері бойынша болашақ мамандарды дайындауда осы мамандық бойынша білім алушыларға университет жанындағы біліктілікті арттыру институтының ұйымдастыруымен биыл бітіруші түлектерге *арнайы біліктілікті арттыру курсы* ұйымдастырылып, болашақ мамандардың шеберлігін жетілдіру мен дамытуды басты міндет ретінде қарастырылды [2].

Курстың мақсаты - оқытудың жаңа әдіс-тәсілдерін енгізу арқылы Қазақстанның ұлттық білім беру жүйесіне арналған орта білім мазмұнын жаңарту бағдарламасымен таныстыру және осы бағдарламаның табысты іске асырылуына көмектесу болып табылады.

Курс бағдарламасының міндеттері:

- бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасының құрылымымен, ондағы материалдардың күрделілігінің өсу ретімен, мазмұнымен және мақсаттарымен таныстыру;

- бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасына сәйкес келетін педагогикалық тәсілдерді түсінуін және қолдана білуін қамтамасыз ету;

- бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасындағы оқумақсаттарына қол жеткізу мақсатында критериялды бағалау жүйесін түсініп, қолданабілуін қамтамасыз ету;

- мұғалімдердің бойында орта білім мазмұнын жаңарту жағдайында бастауыш сыныппәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасын іске асыру үшін қажетті дағдыларды қалыптастыру.

Курс барысында білім беру саласындағы өзгерістердің шарттары мен алғышарттары қарастырылады және төменде келтірілген мәселелер туралы сөз қозғалады:

- Білім беру саласындағы халықаралық үрдістер;

- Білім беру бағдарламасын құру теориясы;

- Оқыту тәсілдерін енгізуге негіз болатын теориялық алғышарттар.

Білім беру бағдарламасының негізгі мақсаты - білім мазмұнының жаңаруымен қатар, критериялды бағалау жүйесін енгізу және оқытудың әдіс-тәсілдері мен әртүрлі құралдарын қолданудың тиімділігін арттыруды талап етеді. Бастауыш сынып пәндеріне арналған оқу бағдарламаларындағы оқу мақсаттары оқушылардан шынайы проблемаларды анықтап зерттей білуді талап етеді. Негізінен жаңартылған білім жүйесі құзыреттілікке және сапаға бағытталған бағдарлама.

Жаңартылған білім берудің маңыздылығы – оқушы бойында **кең ауқымды дағдыларды дамыту**, яғни оқушы тұлғасының үйлесімді қолайлы білім беру ортасын құра отырып сын тұрғысынан ойлау, зерттеу жұмыстарын жүргізу, тәжірибе жасау, АКТ-ны қолдану, коммуникативті қарым-қатынасқа түсу, жеке, жұппен, топта жұмыс жасай білу, функционалды сауаттылықты, шығармашылықты қолдана білуді және оны тиімді жүзеге асыру үшін қажетті тиімді оқыту әдіс-тәсілдері (бірлескен оқу, модельдеу, бағалау жүйесі, бағалаудың тиімді стратегиялары) курс барысында теориялық, практикалық тұрғыда толық қарастырылады [3].

Курс соңында оқудан күтілетін нәтижелер

- мұғалімдер жаңартылған білім беру бағдарламасының құрылымын, ондағы материалдардың күрделілігінің өсу ретін, мазмұнын және мақсаттарын біледі және түсінеді;

- бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасына сәйкес педагогикалық тәсілдерді, оқу материалдарын қолдана біледі;

- бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасындағы оқу мақсаттарына қол жеткізу мақсатында критериалды бағалау жүйесін түсінеді және қолдана біледі; мұғалімдердің орта білім мазмұнын жаңарту жағдайында бастауыш сынып пәндері бойынша жаңартылған білім беру бағдарламасын іске асыру үшін қажетті біліктері мен дағдылары қалыптасқан.

Кез келген оқыту белгілі мөлшерде адамды дамытады. Оқитын пән бағалы, қызықты болғанмен, мұғалім оқушының белсенділігін, пәнге деген қызығушылығын оята алмаса, берген білімнен жақсы нәтиже күтуге болмайды. Оқушыны ізденімпаздықпен жұмыс істеуге баулитын, өз ақыл-ойын көбірек танымдық істерге жұмсауға ұмтылдыратын оқыту ғана нәтижелі болмақ.

Жаңартылған білім беру бағдарламасының ерекшелігі спиральді қағидатпен берілуі. Оған оқу мақсаттарын зерделей отыра тапсырмаларды орындау арқылы мұғалімдер өздері ықшамсабақтарды құрастыру барысында көз жеткізеді [3].

Қазіргі студент - болашақ мұғалім инновациялық білім берудің нәтижесінде оқыту мен тәрбиелеудің соңғы әдіс-тәсілдерін, жаңартылған білім мазмұнын меңгерген, психологиялық-педагогикалық диагностиканы қабылдай алатын, нақты тәжірибелік іс-әрекет үстінде өзіндік даңғыл жол салатын, зерттеуші, шығармашыл, жаңашыл педагог болып шығады. Сондықтан болашақ ұрпаққа білім мен тәрбие беру сияқты жауапты міндеттің нәтижелі болуы, ең алдымен, мұғалімнің ғылыми-теориялық дайындығына, оның ізденушілік қабілетіне байланысты. Инновациялық оқыту білімді тереңдетумен қатар, оқушыны оқу әрекетіне қалыптастырып, олардың оқуға деген ынтасын оятып, қызығушылығын арттырады. Олай болса, педагогикалық технологияның мәні – шығармашылық қабілеттің дамуы үшін жағдай туғызу, жеке тұлғаның белсенділігін арттыру.

Осыған орай болашақ бастауыш сынып мұғалімдеріне ұйымдастырылған арнайы курстарда білім беру мазмұнын жаңарту аясында оқушының белсенділігін арттыруға және олардың бойында кең ауқымды дағдыларды қалыптастыруға, өздігінен білім алуға мүмкіндік беретін оқытудың интербелсенді әдістері туралы және критериалды бағалау жүйесі жөнінде теориялық-практикалық тұрғыда толық мәлімет берілді.

Практикалық сабақтарда дамыта оқыту әдістерін кеңінен қолдана отырып жаңартылған білім беру мазмұны бағдарламасы бойынша сабақ жоспарлары құрылып, сабақтар жүргізілді. Сабақтарға талдау жасалып, өзара пікір алмасу жолдары қарастырылды. Төменде ҚМЖ бойынша сабақтың үлгілері ұсынылып отыр [4].

Бөлім:1. Өзім туралы Бөлімше: Сәлемдесу. Сәлемдесу түрлері

Пәні: Қазақ тілі		Мектеп:	
Күні:		Мұғалімнің аты-жөні:	
СЫНЫП: 1 сынып		Қатысқандар:	Қатыспағандар:
Осы сабақ арқылы жүзеге асатын оқу мақсаттары	1.2.1.1 Сөйлеу барысында танысу, өзі туралы айту және затты сипаттау үшін сөздер мен сөз тіркесін қолдану 1.1.1.1 Сөзді зейін қойып тыңдау, түсіну және оған сәйкес дұрыс әрекет ету (қимыл ым-ишараны қолдану, іс-әрекет жасау)		


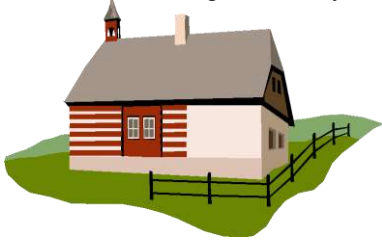
Оқу мақсаттары	Барлық оқушылар орындай алады:	
	1. Оқушылар сәлемдесу түрін біледі 2. Өздері туралы ақпарат бере алады	
	Оқушылардың көпшілігі орындай алады:	
	1. Түрлі қимыл ым-ишараны қолдана отырып амандаса алады. 2. Сөзді зейін қойып тыңдайды, түсінеді және оған сәйкес дұрыс әрекет ете алады. 3. Заттарды сипаттау үшін сөз тіркестерін қолдана алады.	
Тілдік мақсат	Кейбір оқушылар орындай алады:	
	1. Сәлемдесу тақырыбына қатысты әңгімелер, өлеңдер айта алады. 2. Қазақ халқының сәлемдесу рәсімдерін айта алады.	
	Оқушылар орындай алады: Тілдік нормаларды сақтай отырып, әр түрлі тілде сәлемдесе алады.	
	Түйінді сөздер мен сөз тіркестері: Жаңа сөздерді үш тілде айтып үйренеді. Сәлеметізде- здравствуйте-Hello Сәлем-привет-Наі Сенің атың кім- как тебя зовут- what is your name Менің атым – меня зовут –my name is	
Алдыңғы оқу:	Сыныптағы диалог/жазылым үшін сай келетін тіл стилі:	
	<i>Талқылауға арналған сұрақтар:</i>	
	- Бүгінгі сабағымыз не туралы болмақ? - Қандай амандасау түрлерін үйрендік? - Бұл заттардың өмірдегі маңыздылығы қандай? - Бұл заттарсыз да өмір сүруге болама? - Бұл заттың өмірдегі қажеттілігі қандай? - Қазақ халқының амандасу рәсімінің ерекшелігі неде?	
Жоспар		
Жоспарланған уақыт есебі	Жоспарланған жаттығу түрлері (төмендегі жазбаларды сіз жоспарлаған жаттығу түрлерімен ауыстырыңыз)	Ресурстар
Басы Оқушылар сәлемдесу түрін біледі. Түрлі қимыл ым-ишараны қолдана отырып амандаса алады.	1-жаттығу. Сәлем, достар! Ойыны. Оқушылар шеңбер құрып, кезектесіп, сәлемдесудің жаңа түрлерімен амандасындар. 2-жаттығу. Оқушылар кезектесіп ортаға шығып, «Сәлем, менің атым.....» деп түрлі эмоциядағы смайликтерді көре отырып түрлендіріп айтындар. Сұрақ: - Бүгінгі сабағымыз не туралы болмақ? - Қандай амандасу түрлерін үйрендік?	Интерактивті тақта, презентация Түрлі эмоциядағы смайликтер
Оргасы Заттарды сипаттау үшін сөз тіркестерін қолдана алады.	3-жаттығу. «Сиқырлы қоржындағы» жасырылған заттарды сипаттап айтындар, бұл заттарды не үшін, қай кезде қолданылатынын айтындар.	Қоржын, телефон, қалам, дәптер Айна, Сөз

<p>Сәлемдесу тақырыбына қатысты әңгімелер, өлеңдер айта алады.</p> <p>Сөзді зейін қойып тыңдайды, түсінеді және оған сәйкес дұрыс әрекет ете алады.</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Сұрақ:</p> <p>- Бұл заттардың өмірдегі маңыздылығы қандай?</p> <p>- Бұл заттарсыз да өмір сүруге болама?</p> <p>4-жаттығу. «Сиқырлы айна» ойыны. Оқушылар қолдарындағы айнаға қарап тұрып, өздерінді сипаттап айтындар.</p> <p>Сұрақ:</p> <p>- Бұл заттың өмірдегі қажеттілігі қандай?</p> <p>5-жаттығу. Берілген «Томпақ досқа сәлем!» бейнебаяндағы өлеңді айтып қимылмен көрсетіндер.</p> <p>Сергіту сәті. Ән салуға барамыз, Досымызды табамыз. Сәлеметпе! Міне, мен! Доспын енді сенімен.</p> <p>6-жаттығу. Экранда көрсетілген ұлтымыздың сәлемдесу әдебіне арналған бейнежазбаға назар аударып, өз ойларыңды айтындар.</p> <p>Сұрақ:</p> <p>- Қазақ халқының амандасу рәсімінің ерекшелігі неде?</p>	<p>тіркестері: менің шашым қара, менің көзім қоңыр «Томпақ досқа сәлем!» бейнежазба you tube.com</p> <p>«Қазақ халқының сәлемдесу рәсімі» you tube.com</p>									
<p>Соңы</p>	<p>7-жаттығу. Бүгінгі сабақтың қорытынды</p> <table border="1" data-bbox="564 1397 1145 1760"> <thead> <tr> <th data-bbox="564 1397 743 1453">Не білдім?</th> <th data-bbox="743 1397 954 1453">Не үйрендім?</th> <th data-bbox="954 1397 1145 1453">Алған әсерім?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="564 1453 743 1644"></td> <td data-bbox="743 1453 954 1644"></td> <td data-bbox="954 1453 1145 1644" style="text-align: center;">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 1644 743 1760"></td> <td data-bbox="743 1644 954 1760"></td> <td data-bbox="954 1644 1145 1760" style="text-align: center;">  </td> </tr> </tbody> </table>	Не білдім?	Не үйрендім?	Алған әсерім?							<p>Семантикалық карта</p>
Не білдім?	Не үйрендім?	Алған әсерім?									
											
											
<p>Бағалау критерийлері</p>	<p>Дескриптор</p>	<p>Балл</p>									

Оқушылар сәлемдесу түрін біледі. Түрлі қимыл ым-ишараны қолдана отырып амандаса алады. Заттарды сипаттау үшін сөз тіркестерін қоладана алады. Сәлемдесу тақырыбына қатысты әңгімелер, өлеңдер айта алады. Сөзді зейін қойып тындайды, түсінеді және оған сәйкес дұрыс әрекет ете алады.	Сәлемдесудің жаңа түрін кезектесе орындай алады.	5
	Түрлі эмоцияда сәлемдесу түрлерін айта алады.	5
	Бұл заттарды сипаттап айта алады.	5
	Бұл заттарды не үшін қолданылатынын біледі.	5
	Қай кезде қолдануға болатынын біледі.	5
	Сұрақтарға жауап бере алады.	5
	Бұл заттардың өмірдегі маңыздылығын түсіне алады.	5
	Өлеңді айта отырып, ырғағымен қимылдайды.	5
	Қазақ халқының амандасу рәсімінің ерекшелігі туралы өз ойларын айта алады.	10
		10
	10-24 ұпай – Талпынады 25-55 ұпай – Жетістікке жетті	55

Қазақ тілі. 2-сынып. 4 Бөлім. Бізді қоршаған әлем

Сабақта меңгерілетін оқу мақсаттар:	Ж 11.2.5 Дара және күрделі етістіктерді ажыратады				
Бұрыннан бар білімдері	Сөздерге сұрақ қою арқылы сөз таптарын ажырата біледі				
Оқу мақсаттары: Барлық оқушылар: • Заттың қимылын білдіретін сөздер сөйлемде қандай қызмет атқаратын біледі • Етістіктер адамның ойын толық жеткізіп, түсіндіруге көмектесетінін біледі;	<p>1-жаттығу. (Ұ, МК) «Кім тез табады?» ойыны Ойынның шарты: Қарамен жазылған сөздерге сұрақ қою арқылы олардың қай сөз табына жататынын тез тауып, екі бағанға бөліп жазындар. Не себепті сол сөз табына жатқызғаныңды дәлелдеп түсіндіріңдер.</p> <p>1. Мен кеспе пісірдім. 2. Сен қағазды кеспе. 3. Мәтінге кіріспе жаз. 4. Оның ісіне кіріспе. 5. Заттар сақтайтын қойма. 6. Тамақтың бетін ашып қойма. 7. Көрме әдемі жасалған. 8. Қиындық көрме. 9. Жаңа пісірілген нан. 10. Оның әңгімесіне нан. 11. Атана құлақ сал. 12. Отқа отын сал.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Зат есім</th> <th>Етістік</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>2-жаттығу. Кітаптағы суретпен жұмыс. Тапсырма: • Әр сурет бойынша бір сөйлем құрастыру. • Сол сөйлемнің ішінен не істейді деген сұраққа жауап беретін сөздерді тапқызу.</p>	Зат есім	Етістік		
Зат есім	Етістік				

<p>2. Оқушылардың көпшілігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сөйлемнен етістіктерді тауып сұрақ қоя алады; • Бірнеше етістік қосылып, күрделі етістік құрайтынын білу • етістіктерді ажырата алады 	<p>3-жаттығу. (Ө) Әр оқушыға жеке суреттер таратылып беріледі.</p> <p>Тапсырма:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Берілген суретпен бойынша сөздер тізімін жазады; • Ол сөздерге сұрақ қояды; • Етістіктерді қатыстырып сөйлем құрайды • Сөйлемнен етістіктерді тауып сұрақ қоя алады; • Етістіктерді ажыратады <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>	
<p>3. Кейбір оқушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сөйлем ішінен етістіктерді тауып, олардың жасалу жолын түсіндіре алады 	<p>(Ө, МК) «Мен қай үйге кіремін?» ойыны</p> <p>Тапсырма:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Берілген сөздерге сұрақ қойып, етістікті түрлеріне қарай ажыратыңдар. • Сол етістіктердің жасалу жолын түсіндіріңдер. <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
<p>Дифференциациялау - оқушыларға мейлінше қолдау көрсетуді қалай жоспарлайсыз?</p>	<p>Бағалау – оқушы білімін тексеруді қалайша жоспарлайсыз? Берілген әрбір тапсырманың дұрыс орындалуына ұпай беріледі, сабақ соңында әр оқушының жинаған ұпай санына қарап берілген критерийлер бойынша өзін-өзі бағалау ұйымдастырылады.</p>	<p>Пәнаралық байланыс Әдебиеттік оқу, Дүниетану пәндерімен</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>Өткізілген сабақ бойынша мұғалім түсініктемелері</p>	
<p>Қорытынды баға</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Қандай екі әдіс өте сәтті болды (оқыту мен үйрену)? • Келесі сабағымда ескеретіндей сынып және жеке оқушы жайында қандай мәлімет алдым? 	<p>Қандай екі әдіс-тәсіл толықтырылуы тиіс (оқыту мен үйрену)?</p>

Сонау XX ғасырдың басында Ж.Аймауытов: "Сабақ беру - үйреншікті жай ғана шеберлік емес, ол-жаңадан жаңаны табатын өнер", - деген екен. Олай болса қазіргі таңдағы мұғалім

күнделікті өз сабағында жаңадан жаңаны ойлап табатын шығармашыл, кәсіби шебер, ізденімпаз және жаңартылған білім беру бағдарламасы аясында оқытудың соңғы әдіс-тәсілдерін меңгерген, психологиялық-педагогикалық диагностиканы қабылдай алатын, нақты тәжірибелік іс-әрекет үстінде өзіндік даңғыл жол салатын, зерттеуші, жанашыл педагог болғанда ғана білім мазмұнын жаңарту жағдайында алдына қойған мақсаттарына жетіп, шығармашылықтың шыңына шыға алады және жас ұрпақты сапалы біліммен қамтамасыз ете алады деген тұжырым жасауға болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Елбасы Н.Ә.Назарбаевтың 2014жылғы 17 қаңтардағы Қазақстан халқына Жолдауы «Қазақстан жолы – 2050: Бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ». – Астана, 2014ж. 18 қаңтар. Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты.
2. Қазақстан Республикасында орта білім мазмұнын жаңарту шеңберінде қазақ тілінде оқытатын мектептердегі бастауыш сынып пәндері бойынша педагогика кадрларының біліктілігін арттыру курсының білім беру бағдарламасы МАН /Екінші Басылым/ 2015ж.
3. Бастауыш білім берудің жаңартылған мазмұндағы оқу бағдарламалары. <http://nao.kz/loader/fromorg/2/25?lang=kz>
4. Тойбазарова Н.А. Жаңартылған білім беру аясында бастауыш мектепте қазақ тілі мен әдебиетті оқыту әдістемесі. Оқу-әдістемелік құрал. – Ақтөбе, 2017. – 63 бет.

ГРНТИ 15.21.51

УДК 159.922

**М.Қ. Аманжол
Н.М. Иргебаева**

Тұлғалық қобалжудың психологиялық ерекшеліктері

Психологические особенности тревожности личности

Psychological characteristics of personality anxiety

Аннотация. Психологиялық ғылымдағы мазасыздық - бұл жағымсыз коннотацияға ие эмоционалды күй. Мазасыздық жағдайындағы адам жаман нәрсені күтуімен сипатталады, мысалы, оқиғалардың қолайсыз нәтижесі немесе жағымсыз салдар.

Түйінді сөздер: мазасыздық, қобалжу, алаңдаушылық.

Аннотация. Тревожность в психологической науке - это эмоциональное состояние, которое имеет отрицательную коннотацию. Человеку, находящемуся в состоянии беспокойства, свойственно ожидание чего-то плохого, например, неблагоприятных результатов событий или негативных последствий.

Ключевые слова: беспокойство, тревожность.

Abstract. Anxiety in psychological science is an emotional state that has a negative connotation. A person who is in a state of anxiety is characterized by an expectation of something bad, such as an adverse result of events or negative consequences.

Keywords: anxiety, uneasiness.

Мазасыздық көбінесе қорқынышпен шатастырылады, бірақ олардың бір-бірінен керемет айырмашылығы бар: қорқыныш әрқашан объектіге ие және белгілі бір сипатқа ие (мысалы, өрмекшілер мен биіктіктерден қорқу), ал мазасыздық әрдайым мағынасыз, көбінесе оның табиғаты тіпті адамның өзіне де түсініксіз, ол әрдайым түсініксіз себептерге ие. Психологиядағы мазасыздық дегеніміз - адамның әртүрлі жағдайларға байланысты тәжірибенің пайда болуымен байланысты мазасыздықты сезіну қабілеті. Кез-келген адамда уақытша деп аталатын қалыпты деп аталатын алаңдаушылық деңгейі бар және егер адам қаласа, оны оңай жеңе алады. Алайда, егер мазасыздық ұзаққа созылса, адам өздігінен жеңе алмайды және бұл өмірге әсер етуші әсер етеді, содан кейін олар мазасыздықтың жоғарылауы туралы айтады. Мазасыздық деңгейінің жоғарылауы әртүрлі аурулардың пайда болуымен және өмір сапасының едәуір төмендеуімен бірге жүреді. Мазасыздық белгілері: Мазасыздық психологиялық және физиологиялық көріністерге ие, оны оңай анықтауға болады. Психологиялық белгілердің ішінде ең айқындары:- бұлыңғыр мәселелер- негізделмеген шиеленіскен тәжірибелер

- жаман алғышарттар
- қиындықты үнемі күту
- көңіл-күйдің төмендеуі
- депрессиялық немесе мазасыз ойлар
- өзіңіздің өміріңізбен жақындарыңыздың өмірі үшін қорқу
- тұрақты күй кернеуі
- ұйқы тыныштығының бұзылуы
- өзіне деген сұраныстың артуы.

Физикалық белгілері: Мазасыздықтың физикалық белгілері денені іс-әрекетке дайындайтын физиологиялық өзгерістермен байланысты - вегетативті жүйке жүйесі қозғалады, бұл ішкі мүшелер жұмысының өзгеруіне әкеледі.

Бұлар үнемі мазасыздықпен бірге жүреді:

- тез тыныс алу- жүрек соғу жиілігін үдету- әлсіздік сезімі- жұтқыншақ
- терінің қызаруы немесе ағаруы- терлеудің жоғарылауы- ауыздың құрғауы және

т.б.

Сыртқы мазасыздықты сыртқы көріністері мен мінез-құлық реакцияларынан да білуге болады:түйреуіш жұдырықтар;саусақтарды жұлу немесе үстелге немесе басқа бетке соғу;киімді үнемі тарту және сұрыптау;ерінді жалап немесе тістеу;бетті ысқылау;аяғының серпілуі т.б. [1].

Мазасыздық неден пайда болады: Мазасыздықтың пайда болуына әр түрлі себептер әсер етеді. Көптеген психологтар мен невропатологтар көбінесе факторлардың жиынтығы бұл жерде шешуші рөл атқаратындығына, атап айтқанда, адамның жүйке жүйесі жұмысының туа біткен ерекшеліктерінің әлеуметтік және психологиялық факторлардың әсерімен үйлесіміне келіседі [2]. Адамның мазасыздану деңгейінің жоғарылауына әкелетін кейбір себептерді атасақ, олар:жүйке жүйесінің тұқым қуалаушылық, ерекшеліктері (әлсіздігі); тәрбиенің дұрыс болмауы, балалық шақта адамды қоршаған отбасылық орта;теріс өмірлік тәжірибе, көптеген күйзелістер, психологиялық және физикалық жарақаттардың салдары;адамдарда ұзақ уақыт көрінетін соматикалық аурулар;созылмалы шаршау;өзін-өзі бағалаудың төмендігі;тұлғааралық

қатынастардағы әртүрлі проблемалар мен жанжал жағдайлары; физикалық белсенділіктің жеткіліксіз (немесе толық болмауы) және жақсы демалу; алкогольді асыра пайдалану т.б.

Мазасыздық түрлері: Оның дамуына әсер ететін себептерге байланысты: Жеке алаңдаушылық бұл алаңдаушылық, ол айналадағы аялдама мен ағымдағы оқиғалармен байланысты емес. Жеке алаңдаушылықпен қоршаған әлем қауіпті және қауіпті деп қабылданады [3]. Жағдайлық немесе реактивті мазасыздық

Мазасыздық - бұл адамның өміріндегі оқиғаға немесе жағдайға қайтаратын реакциясы. Мысалы, институттағы емтиханға немесе жұмыс сұхбатына дейін біраз уайымдау қалыпты жағдай болып саналады. Бұл тәжірибелер барлық адамдарға тән. Оларда жұмылдырылатын функция бар, алдағы іс-шараға дайындықты ынталандырады, осылайша сәтсіздік қаупін азайтады.

Пайда болу аймағына байланысты мазасыздық келесідей болуы мүмкін: Оқыту - оқу процесінде туындайтын; Тұлғааралық - қарым-қатынастағы қақтығыстар мен қиындықтарға байланысты; Әлеуметтік - айналадағы адамдармен өзара әрекеттесудің қажеттілігін түсіну нәтижесінде пайда болады: кездесу, тікелей қарым-қатынас және т.б. ; Өзін-өзі имиджден туындаған алаңдаушылық - шектен тыс талаптар (үміттер) және өзін-өзі бағалаудың төмендігі, «Мен қалаймын» және «Мен аламын» арасындағы сәйкессіздік; Таңдау жағдайынан туындаған алаңдаушылық - шешім қабылдау процесінде пайда болатын және таңдау жасау қажеттілігімен байланысты жағымсыз сезімдер [4].

Жағдайдың жеткіліктілік дәрежесі бойынша: Жеткіліксіз алаңдаушылық өмірдегі әртүрлі қиындықтар мен проблемаларға табиғи реакция (отбасы, жұмыс тобы, оқу қызметі). Жеткіліксіз мазасыздық - қауіпті емес жағдайларда пайда болады, бірақ адам оларды өз өміріне, денсаулығына, өзін-өзі бағалауға және т.б. қауіп төндіреді деп санайды.

Көріну дәрежесі бойынша:

Төмен алаңдаушылық - адам өміріне қауіпті жағдайларда да дабыл сезімін сезінуге тән емес. Нәтижесінде, адам қауіп - қатердің деңгейін барабар бағалай алмайды, өте тыныш, қиындықтардың пайда болу мүмкіндігін және тәуекелдердің болуын болжай алмайды.

Оңтайлы алаңдаушылық-қалыпты көрініс бар, функциялардың орындалуына кедергі жасамайды, ал адамның ойлау қызметі мен ерік қабілетін жақсарта отырып, ағзаны жұмылдырады. Сондай-ақ қауіпті жағдайларда қорғау және сақтандыру функциясын орындайды.

Жоғары үрейлену – адамның қалыпты жұмыс істеуі мен өмір сүруіне кедергі келтіретін, себебі қауіп-қатер немесе теріс салдарлар болмайтын жағдайларға барабар емес реакция болып табылады.

Мазасыздықты қалай жеңуге болады?

Сонымен, егер сіз өзіңізден қалыпты өмір сүруге кедергі келтіретін жоғары алаңдаушылық байқасаңыз, не істеу керек? Төменде сізге өз бетінше қобалжудың деңгейін азайтуға көмектесетін бірнеше нұсқаларды ұсынамын.

Дәрі-дәрмектік терапиясы: Дәрілік препараттар тек дәрігер ғана тағайындауы мүмкін! Көбінесе жоғары алаңдаушылық кезінде әр түрлі дәрежеде әсер ететін тыныштандырғыш препараттар тағайындалады. Ең жеңіл әсері валериан немесе шөл тұнбасы бар. Оларды өзіңіз қабылдай аласыз. Күрделі жағдайларда дәрі-дәрмектер дәрігер тағайындайды және оларды дәріханадан тек рецепт арқылы сатып алуға болады!

Өзін-өзі талдау: Сізді алаңдататын себептерді өз бетінше талдауға тырысуға болады. Ол үшін сізге ыңғайлы жағдайды қабылдау, ешкім және ештеңе кедергі жасамау үшін қамқорлық жасау қажет. Ең бастысы-уақыт қоры. Өзіңе, өз ойларыңызға және

уайымыңызға батыңыз. Қазір сіздің өміріңізде не болып жатқанын түсінуге тырысыңыз? Қандай оқиғалар, адамдар, мәселелер сізді мазалайды? Бұл мәселелерді шешудің қандай тәсілдері бар? Сіздің өміріңізде көмек сұрай алатын адамдар бар ма? Мүмкін сізге ыңғайлы сезіну үшін ештеңе жетіспейді ме?

Өмірлік жағдайдың өзгеруі: Егер мазасыздану қандай да бір белгілі бір саламен жұмыспен, отбасылық жағдаймен, қарым – қатынас шеңберімен байланысты болса, сіздің өміріңіздің осы бөлігінде бір нәрсені өзгертуге тырысыңыз. Мысалы: ең бірінші күнделікті пайдаланатын тағамдарыңыздан бастаңыз, бірден жұмыстан босатылу немесе жұбайымен ажырасу міндетті емес. Қандай қол жетімді өзгерістер жайлылық пен үлкен қанағат әкеледі деп ойлаңыз соларды өмірге енгізуге тырысыңыз.

Қарым-қатынас: Психологиялық тұрғыда адамның кең ауқымдағы қарым-қатынас пен тығыз әлеуметтік байланыстардың болуы алаңдаушылық деңгейін айтарлықтай төмендетеді деген фактіні растады [5].

Спортпен айналысу: Дене жаттығуларының пайдасы туралы көптеген мақалалар жазылған. Тұрақты жаттығулар адам ағзасына жақсы әсер етеді, жиналған шиеленісті сіңіруге, оң жаққа ауысуға көмектеседі. Ал әдемі фигура жағымды бонус болып табылады, өзін-өзі бағалауды арттырады, көңіл-күйді жақсартады, соның салдарынан алаңдаушылық төмендейді.

Демалыс және ұйқы режимі: Артық шаршау-мазасыздық себептерінің бірі болып табылады, сондықтан демалуға, ұйықтауға және толықтай демалу өте маңызды. Қорқынышты кейде өз бетінше азайтады. Алайда, көбінесе тиімді және ұзақ мерзімге алаңдаушылықтың жоғары деңгейін түзетуге тек маман ғана көмектесе алады. [9] Психологқа көмек көрсету үшін, сіз өзіңізді алаңдататын себептерді бірлесе отырып, түсініп, өзіңіздің өмірлік жағдайыңызды барынша психологиядағы мазасыздық туралы түсініктердің даму тарихы жайлы қауіпсіз етіп өзгерте аласыз.

Қазіргі уақытта адамдар қауіпті немесе жағымсыз уайымдармен күресу үшін ығыстыруды пайдаланатыны туралы Фрейдтің бекітуіне берік эмпирикалық қолдау жоқ деп мойындау керек, демек ығыстырудың дабылмен байланысын тексеру, қорқыныштың күрделі табиғатын ашу және психоаналитикалық тәсіл шеңберінде оның шығу тегі мүмкін емес.

Психоаналитикалық тәсіл. Үрейленудің табиғатын түсіндіруге тырысқан ең алдымен З. Фрейд болды. Фрейдтің іліміне сәйкес, адам өмірінде орын алған белгілі бір уайымдар: әрекеттер, импульстер, ойлар немесе естеліктер, - азап шегетін немесе қатты үрей тудыратын әрекеттер санадан ығыстырылады, ал болған оқиғаны жадыдан ығыстыруға әкелген күштер олардың санасында қалпына келтірілуіне кедергі келтіріп жұмылдырады [6]. Бұл жерде "қорғағыш" тежелу механизміне жақын физиологиялық механизм әрекет етеді, ол кезде тежелу қатты қозған кезде қабықты шамадан тыс қозудан қорғайды, сондықтан кенеттен аффективті күйзелістер, субъект үшін азап шегетін және қолайсыз, белсенді тежеледі, санадан "ығыстырылады", субъекті ұмытады [7]. Ығыстырылған идеялар саналы деңгейге көтерілу қаупі болғанда, олар қайтадан алаңдаушылық тудыруы мүмкін, сондықтан қайтадан басылады. Нәтижесінде адам түсініксіз саналық жанжалды бастан кешеді. Негізінде ығыстыру шешуші мәні бар күшті дабыл [6]. Үрей - сырттан қауіп төнгенде уайымдап, "Эго" функциясы болып табылатын эмоциялық жағдай және оны қарсы алу немесе Болдырмау қажет болатын қауіп туралы Адамға ескертуде тағайындау. Дабыл мүмкіндік береді жеке тұлғаның әрекет жасауға қауіп төндіретін жағдайларда адаптивным тәсілімен. Ығыстыруды бастапқы, бастапқы қорғаныс механизмі ретінде қарастыруға болады, ол адамды мазасызданудан арылтады. Бірақ жиі ығыстырылған ойлар мен пайымдаулар саналық деңгейде ұстап тұра

алмайды, олармен бірге сыртқа шығып, олармен байланысты дабыл қағылады. Осының салдарынан әртүрлі қосымша қорғаныс механизмдері әрекет ете бастайды, олардың функциясы - тыйым салынған импульстарды тежейтін "бөгетті" нығайту. Олардың ішінде-алмастыру, рационализация, реактивті білім беру, проекция, регрессия, сублимация және оқшаулау (интеллектуализация). Ығыстыру "Эго" қатерінің (өзін-өзі бағалаудың негізгі қаупі) болуына, жай қолайсыздық немесе қатерге емес, байланысты. Одан әрі зерттеулер көрсеткендей: ығыстыру себебі ("Эго" қаупі) жоғалса, ығыстырылған мазмұн санаға оралады. Егер қауіп жойылса, онда ығыстырылған материал үшін сана деңгейіне қайта оралу қауіпсіз болады.

А. Адлер өзінің жеке теориясында мазасыздықты невроз симптомы ретінде қарастырды, ал соңғысы көптеген мінез - құлық бұзылыстарын қамтитын диагностикалық бір мәнді термин ретінде кеңінен түсінді. "Невроз-бұл индивидуумның табиғи, логикалық дамуы, салыстырмалы түрде белсенді емес, өзімшілдікке ұмтылатын, сондықтан әлеуметтік қызығушылықтың дамуында кідіріс бар, Біз өмірдің ең пассивті, қараңғыланған стилінде үнемі байқаймыз". Неврозбен ауыратындар-бұл ерте балалық шағында олардың физикалық азап шегуі, немесе оларды шамадан тыс басып озуы, немесе қабылдамауы себебінен дұрыс емес өмір сүру стилін таңдаған адамдар. Осындай жағдайларда балалар аса қауіпті болып, өзін қауіпсіз сезінбейді және толық емес сезімді жеңу үшін психологиялық қорғау стратегиясын дамытады. Неврозбен ауыратын науқастың өмірі өзін-өзі бағалауға тұрақты қауіп-қатер сезімімен, сенімсіздік және жоғары сезімталдық сезімімен ұштасады.

К. Хорни, Фрейдке қарағанда, дабыл адамның психикасындағы қажетті компонент деп санаған жоқ. Ол дамытатын тұлғаның әлеуметтік-мәдени теориясында дабыл этиологиясы тұлғааралық қарым-қатынаста қауіпсіздік сезімінің болмауы болып табылады. Ата-аналармен қарым-қатынаста баланың қауіпсіздік сезімін бұзатыны, базальдік алаңдаушылыққа әкеліп соқтырады, демек, невротикалық мінез-құлықты бала мен ата-ана арасындағы бұзылған қарым-қатынаста іздеген жөн. Егер бала махаббат, өзін қабылдау сезсе, ол өзін қауіпсіз сезінеді, және, ең алдымен, қалыпты дамиды. Егер бала өзін қауіпсіз сезінбесе, онда оның ата-анасына қатысты дұшпандық дамиды және бұл дұшпандық, соңында базальды алаңдаушылыққа айналып, әрқайсысына (сол жерде) бағытталатын болады. Хорни қорқыныш пен үрей арасында салыстыру жүргізеді. Қорқыныш-қолма-қол қауіптілікке пропорционалды реакция, ал дабыл-елестететін қауіптілікке өлшеусіз реакция. Қорқыныш пен үрей - елестететін қауіпке барабар реакциялар, бірақ қорқыныш жағдайында қауіп анық, объективті, ал үрейленген жағдайда ол жасырын, субъективті. Дабылдың қарқындылығы осы адам үшін бұл жағдай бар мағынаға пропорционалды. Мазасыздық дегеніміз не? Қазіргі психологияда ғылыми зерттеулердің пәні болып табылатын психикалық жағдайлар арасында "anxiety", кейде "anxiousness" терминіне көп көңіл бөлінеді, бұл орыс тіліне аударылған "мазасыздық", "дабыл" дегенді білдіреді. Бұл термин латын тіліндегі "angusto" терминінен шыққан. Үрей жағдайында кернеу, қозу бұғатталған болып табылады, бұл өз сөзін, ең алдымен адамның тыныс алуы ретінде табады. Тыныс алу беттік және жиі болады. Бұдан басқа, мазасыздану және тамыр соғуының жиілеуі сияқты мазасыздану белгілері бар. Мазасыздану сапасы қозудың қандай түріне байланысты [8].

Кейінгі талдау үшін бір жағынан дабыл, үрей мен қорқыныш арасындағы, екінші жағынан дабыл мен депрессияның арасындағы айырмашылықты нақты анықтау қажет. Н. Д. Левитов қазіргі психологиядағы алаңдаушылық, алаңдаушылық (БТ), әсіресе американдық, қорқыныш сезімімен жақындастыратын эмоциялық жағдай ретінде түсіндіріледі (немесе Е. П. Ильин мүлдем әділ екенін көрсетіп отырғандай,

қорқыныштың бір түрі болып табылады). Дифференцияланған эмоциялар теориясында мазасыздық феномені күрделі және қорқыныштың басым эмоциясынан, қорқыныштың бір немесе бірнеше негізгі эмоциялармен - қорқынышпен, ашуланғышпен, кінәмен, ұялшақтармен және қызығушылықпен өзара әрекеттестігінен тұрады. Үрейді тудыратындар: қажетті жағдайлар мен биохимиялық факторлар. Оған кіретін аффектілердің комбинациясына байланысты үрейленудің түрлерін бөліп көрсетуге болады. Үрей синдромы жеке индивидтерде әртүрлі болуы мүмкін, мысалы, қорқыныш-шарап немесе қорқыныш-ұят-шарап, қорқыныш-ашулану, қорқыныш-ашулану, қорқыныш - ашулану-ашулану, алайда басым эмоциялар қорқыныш болып табылады.

Американдық психологтар әдетте БТ-да келеңсіздіктің мүмкін еместігін көрсетеді. АҚШ-та белгілі үрей зерттеушісі-К. Спилбергер қобалжудың екі ұғымын қарастырған. Үрейленудің екі түрі – жағдайлық қобалжу (Ситуативная тревожность) және жеке қобалжу (Личностная тревожность) ретінде үрейленуді білдіреді. Мазасыздықты СТ және ЛТ-ға бөлу психологиялық жорыққа берік кірді және тек теорияда ғана емес, диагностикалық және эксперименталды практикада да өте ыңғайлы болды. Сол сияқты Левит дабыл мен алаңдаушылықты ажыратуды ұсынады, жоғарыда көрсетілген сияқты, соңғы сипаты ретінде қарастырылады айырмашылығы бар. СТ конгруэнт индивид үшін нақты немесе елестететін қауіп бар факторлардың әсерінен туындаған уақытша эмоциялық жағдай. ЛТ өзінің жеке басына қауіп-қатерді қабылдау үрдісімен және тіпті аз қауіп-қатер немесе кернеу жағдайында СТ өсуімен әрекет етуге дайындығымен анықталатын өте тұрақты жеке қасиеттерді көрсетеді. Басқаша айтқанда, мазасыздық жеке тұлғаның алаңдаушылық жағдайын бастан бейімділігіне қатысты тұрақты жеке айырмашылықтарды сипаттайды. Қатысты арақатынасы аталған екі нысандарын мазасыздық көрсетіледі, бұл генетикалық бастапқы деп санаған жөн СТ, екінші - ЛТ. Адамның дабыл күйлерінің жиілігін және қарқындылығын бекітетін өмірлік тәжірибесі жеке тұлға белгілері ретінде үрейленудің қалыптасуына тікелей әсер етеді; ЛТ оның өзектілігі кезінде СТ-ның жұмыс істеу ерекшеліктерін анықтайды, демек, мұндай жағдайда базалық болып шығады.

А. М. Прихожанның қарастыруы бойынша үрейлену сияқты эмоционалды күйзелу жайсыздық, қауіптілік. Мазасыздық-ұзақ уақыт бойы сақталатын тұрақты жеке білім. Ол өзінің ынталандыру күші мен орнын толтырушы және қорғау көріністері басым мінез-құлқында іске асырудың константалық формалары бар. Мазасыздықтың пайда болуы мен бекітілуі гипертрофиялық сипатқа ие болатын баланың жетекші жас қажеттілігінің қанағаттанбауымен байланысты. Жасөспірімдік жасқа дейін алаңдаушылық отбасылық бұзылулардың кең шеңберінің туындысы болып табылады. Жасөспірімдік жаста талқыланатын конструктивтік "мен - концепция" ерекшеліктерімен, өзіне деген қарым-қатынас арқылы тұрақты тұлғалық білім беру формасына ие болады. Мазасыздықты бекіту және күшейту механизмі теріс эмоционалды тәжірибені жинақтау мен тереңдетуге алып келетін" тұйық психологиялық шеңбер " ретінде көрінеді, ол өз кезегінде жағымсыз болжамдық бағалауды туындатқан және көп жағдайда өзекті уайымдастардың модалдығын анықтай отырып, алаңдаушылықтың ұлғаюына және сақталуына ықпал етеді. Сондай-ақ, мазасыздық оның көздерінде, мазмұнында, өтемақы мен қорғау көріністерінің формаларында айқындалған жас ерекшелігіне ие. Тұрақты білім ретінде нақты қауіп-қатердің немесе алаңдаушылықтың болуына қарамастан, балалардың көпшілігінің (әрбір жас кезеңі үшін) жоғары алаңдаушылық туғызатын белгілі бір салалар, шындық объектілері бар. Бұл "мазасыздықтың жас ерекшеліктері" әлеуметтік қажеттіліктердің ең маңызды салдары болып табылады. С. 11].

А. М. Келушілерді мұқият зерттейді жас ерекшеліктері мазасыздық ұсынады кешені әдістемелерін бағытталған өлшеу мазасыздық балалардың жасын есепке ала отырып [32]. Мазасыздану-индивидтің санасында сәтсіздікті, қауіптілікті немесе белгісіздік жағдайында адам үшін маңызды, маңызды нәрсе күтуді болжаумен байланысты қатты мазасыздықтың эмоциялық жағдайы. Е. П. Ильин бірқатар зерттеушілердің (Уварова, 2000 және т.б.) мәліметтеріне сүйене отырып, оқушылардың алаңдаушылық себептері: 1) Бақылау және басқа да жазба жұмыстары кезінде білімін тексеру; 2) оқушының сынып алдындағы жауабы және мұғалімнің сыны мен сыныптастарының күлкі тудыруы мүмкін қателіктен қорқу; 3) нашар белгі алу ("нашар" деген үштік, ал төрттік - оқушы мен оның ата-анасының таңуына байланысты); 4) ата-аналардың баланың үлгеріміне қанағаттанбауы; 5) жеке маңызды қарым-қатынас [9].

Ижевск қ. 41 лицейде И. Г. Крохина мен К. Р. Сидоров өткізген мектеп үрейлену себептеріне талдау мынадай факторларды көрсетті: 1) Үлкен оқу жүктемелері (сабақтар саны, үй тапсырмаларының үлкен көлемі); 2) оқытылатын материалдың күрделілігі; 3) бақылау, емтихан және білімді тексерудің өзге де нысандары. Әсіресе стрессогенді фактор болды. Оқушылардың жоғары үрейленуі оны түзетудің түрлі тәсілдерін де талап етеді. Оқушы нақты үлгермеушілік жағдайында күш-жігер жұмыстың, қарым-қатынастың қажетті дағдыларын қалыптастыруға бағытталуы тиіс, олар осы үлгермеушілікті жеңуге мүмкіндік береді. Басқа жағдайда-өзін-өзі бағалауды түзету, ішкі жанжалдарды еңсеру. Сонымен қатар, оқушылардың жоғары үрейленуді жеңе білу қабілетін дамыту қажет. Дабыл, бекітілгеннен кейін, тұрақты Білім болып, жеке тұлғаның қасиетіне - үрейге айналады. Мектеп оқушылары жоғары алаңдаушылықпен "ашық психологиялық шеңбер" жағдайында болады, ол кезде мазасыздық оқушының мүмкіндігін және оның қызметінің нәтижелілігін нашарлатады [9].

Мазасыздық әлсіз жүйке жүйесі, жүйке процестерінің тепе-теңсіздігі, сенситивтілік және эмоциялық қозу сияқты нейродинамикалық және темпераменталдық қасиеттермен тығыз байланысты. Қызметтің мазасыздығы мен өнімділігі. Бүгінгі таңда ең маңыздысы-мазасыздық пен қызмет тиімділігінің байланысын зерттеу болып табылады. Жеңіл тапсырмаларды орындау кезінде жоғары сапалы сыналатындар сүрінбей өткенмен салыстырғанда анағұрлым табысты. Күрделі міндеттерді орындау кезінде, керісінше, ең табысты емес. Өйткені, тұрақты диспозиционалды "үрей" жағдайдың өзекті жағдайына айналып, күрделі міндеттерді шешуге кедергі келтіруі мүмкін. Дэвидсон, Эндрюс және Россом жетістіктерін төмендету әдістемесінің көмегімен жүргізілген зерттеулер сәтсіздік туралы хабарламаға эмоционалды өткір жауап беретіндігін немесе жоғары сапалы сыналушылар (Davidson, Andrews, Ross, 1956. Цит. бойынша:). Бұл қиындық емес, сәтсіздіктен қорқу жоғары үрей көрсеткіштері бар жеке тұлғалар үшін алаңдататын және кедергі факторы болып табылады (MAS көмегімен өлшеу). Осыған ұқсас деректер Саразон мен Пейнлоламен (1960) алынды, онда объективті қиын немесе жеңіл тапсырмалардан кейін берілетін ақпарат немесе жаппай табыстар туралы немесе жаппай сәтсіздіктер туралы Жеке тұлғаларға ерекше түрде әсер ететіні көрсетілді. Ақпарат әрекетінің ерекшелігі, бұл сыналушылар сәтсіздік туралы хабарланғаннан кейін қиын міндетті тез шешкенінен тұрады. Оның үстіне, бірінші жағдайда олар табысқа сенімді, ал екіншісінде, керісінше, баяу жасады. Н. Б. Пасынкова өзінің эксперименталды мәліметтеріне сүйене отырып, жеке мазасыздық қаншалықты жоғары (лицей - мектебінің оқушылары, 12-13 жас), оның зияткерлік қызметке іріткі салушы әсері соғұрлым жоғары екенін атап өтті, бұл ақпаратты қабылдау және өңдеу уақытының өсуімен, үлгерім көрсеткіштерінің және зияткерлік даму деңгейінің төмендеуімен көрінеді. Зияткерлік қызметтің өнімділігіне үрейленудің әсерін түсіндіру үшін автор психофизиологиялық

модельге, а. Н. Лебедевтің динамикалық жады теориясына (1992) жүгінеді. Пасын-кова қабылданған сигналдардың субъективті алфавитінің көлемін арттыра отырып, алаңдаушылықтың тұрақты уайымдануы, мазасыздықтың жоғары деңгейі перцептивті-мнемиялық және зияткерлік қызметтің тиімділігін төмендетуге ықпал етеді деп болжайды. Мұндай төмендету, атап айтқанда, зияткерлік операцияларды орындауға жұмсалған уақытты ұлғайту есебінен жүргізіледі. Автор жасайды, бұл "...ақпаратты қайта өңдеу жылдамдығы жеке мазасыздану деңгейі жоғары болған сайын төмен болады". Жакын деректер студенттерге қатысты да келтіріледі. Осылайша, мазасыздықтың жоғары деңгейі студенттердің психофизиологиялық бейімделуіне, олардың емтихан сессиясы кезіндегі жұмысқа қабілеттілігі мен үлгеріміне айтарлықтай әсер етеді. Британдық нейрофизиолог Дж. Грей дабыл қорғаныс реакциясын ынталандыруды және бір мезгілде тежеуді болжайды деп санайды. Мазасыздықтың негізгі элементі-жүгіруге немесе көрінуге дайындық-нейрофизиологиялық тұрғыдан қорғау механизмінің жүктелуі мен оның тежелуі арасындағы қақтығыспен байланысты болады. Мазасыздықтың көрінуіне жауап беретін ми құрылымы-бұл жоғарғы діннің және лимбияның бөлімдері. Бұл жүйелердің патологиялық қозуы кезінде жоғары козу, мазасыздану, кез келген тітіркендіргіштердің жоғары тартылу белгілері байқалады [7]. Адамда Бадам электростимуляциясы қорқыныш, үрей, үрей, амигдалэктомия мазасыздық пен эмоциялық шиеленіс сезімінің азаюына алып келеді [4].

Хабарламада айтылғандай, ерекше рөл туындаған дабыл принадлежит гипоталамическим құрылымдарға. Гипоталамус гормондары-кате-холаминдер-ішкі ағзалардың қызметін бәсеңдетеді және эндор-финдер мен адренкортикотропты гормондарды өндіруге гипофизді ынталандырады. Эндорфиндер ауырсынуды басады, адренкортикотропты гормондар глюкокортикоидтардың секрециясын ынталандырады, олар өз кезегінде ағзаның көптеген энергия сыйымды жүйелерінің қызметін бәсеңдетеді, атап айтқанда, тіндердің регенерация процесін және иммундық процестерді тежейді (Sapolsky, 1998). Стресс гормоны-кортизол (бүйрек үсті бездерін шығарады ол қатерлі ісіктің дамуына, жүрек-қантамыр ауруларына және тіпті диабетке әкелуі мүмкін. Сондай-ақ, бұл оңтайлы деңгейі алаңдаушылық негізделген оңтайлы өнімдерімен тироксина - гормонының бөлінетін щитовидкой. Әдетте, көптеген аурулар бейімділік факторларының және әртүрлі стресс түрлерінің (осыдан және олардың атауы: "психосоматикалық аурулар") әсерінің салдары болып табылады. Жалпы, психосоматикалық медицинаның алғашқы негізін ф. Алек-Сандер санауға болады, ол соматикалық бұзылыстардың пайда болуының психологиялық себептерін егжей-тегжейлі қарастырды (әр түрлі аурулардағы эмоциялық факторлардың рөлі). Алайда, Александр дамиды және нақты ауру үшін интрапсихиялық қақтығыстың белгілі бір түрін сәйкестендіруден тұратын психосоматикалық аурудың сызықтық моделі (авторда жеті психосоматикалық ауру) әдіснамалық қиындықтарға байланысты (зерттеулер тек клиникалық сипаттамаларға негізделген) психофизиологиялық теориялармен ауысты. Сондай-ақ, тиреозды гипербелсенділік пен дабыл жағдайының салдары тахикардия синдромы, тер бөлінуінің жоғарылауы, жеңіл тремор болып табылады, бұл "жүрек неврозы" ұғымымен белгіленеді [8].

Әдебиетте жүректің ишемиялық ауруының (ЖИА) этиологиялық факторларының бірі "А" түріндегі мінез-құлықтық паттерн болып табылады. Осы паттернаға қатысты тұлғалар бәсекеге және табандылыққа бейім, олар барлық уақытта үрей жағдайында болады, тітіркендіргіш, төзімсіз және дұшпандық. Жалпы, "А" пен ИБС арасындағы байланыс өте күрделі. Паттерлердің әсер ету механизмі туралы мәселе әлі күнге дейін ашық күйінде қалып отыр. Гипотезалардың бірі - "А" типті өкілдерде автономды жүйке

жүйесінің симпатикалық бөлімі үнемі қозғалуда, бұл адреналин мен норадреналиннің жоғары секрециясын, сондай-ақ бүйрек үсті бездері бөлетін стероидты гормондардың қатарына әкеледі. Біраз уақыттан кейін гиперсекреция коронарлық артериялардың қабырғаларында шөгетін холестеролдың пайда болуына әкеледі, бұл қан тамырларының үдемелі тарылуына әкеледі (Friedman et al.). Жақын деректер отандық психологияда да келтіріледі, онда ИБС науқастарында екі негізгі қасиеттер көрсетіледі. Бір жағынан - белсенділіктің көтерілуі, энергиялық, жоғары талаптар, қарсыластыққа беталысы, екінші жағынан, үрейленудің артуы, уайымның невротикалық қайта өңделуі, басқа адамдардың болмашы ретінде қабылданатын жағдайларға жедел әрекет етуге бейімділігі, әйтпесе-төмен төзімділік. Сонымен қатар, мұндай адамдарда мінез-құлқындағы икемділік, қондырғылар мен қарым-қатынастардағы ригидтік, жаңа жағдайларға бейімделудің қиындықтары байқалады. 1. К. Р. Сидоров пен А. В. Дмитриеваның эксперименталды зерттеулері (2004) тұрақты ЖИА-дан прогрессивті шарты емдік жасаудың тиімсіз тактикасынан (жоғары, ригидті, өте өнімсіз талап) туындайтын жоғары жеке мазасыздық болып табылатынын көрсетті [12]. 2 Симпатикалық жүйенің қозуы жүрек соғуының жиілігін, жүрек жиырылуының Күшін, қан қысымының жоғарылауын ғана емес, құрсақ қуысының мүшелеріндегі қан тамырларының тарылуына алып келеді. 3 Жүйке жүйесінің симпатикалық бөлімінің белсенділігі дабыл фазасында бұлшық етке қан, ішкі мүшелер, оның ішінде асқазанға "қуады", біраз уақыт қан жеткіліксіз. Нәтижесінде асқазанның шағын бөліктерінде жасушалар өледі. Бұл асқазанның шырышты қабығын асқазан сөлінің жойғыш әсерінен және инфекцияның пайда болуына, *Helikobakter pylori* бактериясынан болатын асқазанның шырышты қабығының қабынуына алып келуі мүмкін. 4 Дабыл жағдайында сілекей қышқылдығы деңгейінің жоғарылауы байқалады. Жалпы, әлсіз, бірақ созылмалы формада (үрей) көрінетін теріс эмоциялар асқазан-ішек жолдарының моторлы және секреторлық белсенділігінің күшеюіне алып келуі мүмкін. 5 Үрейдің жоғары деңгейінде асқазанның шырышты қабығының едәуір қызаруы байқалады. Әсіресе ерте жастағы, мысалы, жасөспірімдер мен жасөспірімдердің денсаулығына алаңдаушылықтың теріс әсерін зерттеу өзекті болып табылады. Бұл келешекте өсіп келе жатқан ұрпақтың денсаулығын сақтауға бағытталған технологияларды (психологиялық, педагогикалық) әзірлеуге мүмкіндік береді. Өткізілген К. Р. Ерте жастықта өзін-өзі бағалау және таңу деңгейлерінің сәйкессіздік феноменін сидорлық зерттеу зерттеуге қатысушылардың өзін-өзі бағалау дивергенциясымен және таңу деңгейімен сыналғандармен салыстырғанда, қарастырылатын түзілімдердің деңгейлеп араласуы байқалатын, осылайша жұқпалы аурулардың (ЖРВИ), вегетативті-тамырлы дистонияның (ВСД) пайда болу тәуекелінің тобын, сондай-ақ гастроэнтерологиялық бұзылулардың (гастрит; гастродуоденит) пайда болу тәуекелінің тобын көрсете отырып, дертке жиі ұшырайтынын көрсеткен [13].

Қорытынды. Сонымен, мазасыздықты көптеген себептерге байланысты психологиялық білім ретінде қарастыру заңды. Үрейленуді зерделеудің ең маңызды бағыты-оның қызметінің өнімділігімен және денсаулық жағдайымен байланысылығы. Адамның денсаулығын сақтап, мазасызданудың алдын алудың, оның өту интенсивтілігін төмендету жолдары күнделікті өмірде аса қажетті мәселелер. Адам бұл процестердің механизмін және соңғы залалын білу арқылы адам өзін өзі реттей алатын болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Сидоров К.Р. Феномен несоответствия уровней самооценки и притязаний в ранней юности: дис. канд. психол. наук. - М.: Изд -во Моск. ун-та, 2007.

2. Александер Ф. Психосоматическая медицина. - М.: Институт общегуманитарных исследований, 2004. 336 с.
3. Когнитивная психология / Под ред. В.Н. Дружинина, Д.В. Ушакова. - М.: ПЕР СЭ, 2002. 480 с.
4. Измайлов Ч.А., Черноризов А.М. Психофизиологические основы эмоций. - М.: Моск. психол.-соц. ин-т, 2004. - 72 с.
5. Бороздина Л.В. Теоретико-экспериментальное исследование самооценки: дис. ... д-ра психол. наук. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.
6. Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д. Основы психологии / Под ред. В.Ю. Большакова, В.Н. Дружинина. - СПб.: Речь, 2001.
7. Лурия А.Р. Лекции по общей психологии. - СПб.: Питер, 2004. - 320 с.
8. Перлз Ф. [Понимание тревоги в гештальттерапии]. Превращение тревожности в возбуждение / Общая психология. Тексты / под ред. В.В. Петухова. М.: УМК «Психология»; Генезис, 2002. Т. 2, кн. 1. - С. 548-560.
10. Ильин Е.П. Психофизиология состояний человека. - СПб: Питер, 2005. - 412 с.
11. Соловьев В.Н. Адаптация, стресс, здоровье: учеб.-метод. пособие. Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2005. - 1110 [1] с.
12. Астапов В.М. Функциональный подход к изучению состояния тревоги // Тревога и тревожность. - СПб.: Питер, 2001. - С. 156-165.
13. Сидоров К.Р., Дмитриева А.В. Эффективность целепостроения и личностная тревожность в норме и при ишемической болезни сердца // Вестн. Удм. ун-та. Сер. Психология и педагогика. - 2004. - № 11. - С. 81-93.

Авторлар туралы ақпарат - Информация об авторах - Authors Information

Абдраманов Н.Т. - магистрант специальности «Менеджмент», Университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: nurs1k96@mail.ru

Аманжол М.К. - студент специальности «Психология», Университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: malika_01_98@mail.ru

Галиев Р.М. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан. E-mail: info@almau.edu.kz

Есимханов К.Т. - магистрант Университета «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: kyessimkhanov@mail.ru

Есымханова З.К. - к.э.н., профессор кафедры «Финансы, учет и оценка», Университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: zeinegul@bk.ru

Жолшыбекова Р.О. - старший преподаватель кафедры «Педагогика және психология», Университет "Туран-Астана", г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: rozan_orj@mail.ru

Иргебаева Н.М. - кандидат педагогических наук, Университет "Туран-Астана", г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: n.irgebaeva@mail.ru.

Карнаков С.Ш. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан. E-mail: salavat.karnakov@mail.ru

Космухамбетов Н.К. - слушатель программы МВА, Университет Международного Бизнеса, г.Алматы, Казахстан. E-mail: nkosmukhambetov@gmail.com

Қурманбаева Б. - магистрант университета «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: biko5555@bk.ru

Мальсагова Л.Р. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан. E-mail: malsagova_1@mail.ru

Нурмуканов А.К. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан. E-mail: nurmukanov83@gmail.com

Орынбекова Г.А. - к.э.н., доцент кафедры «Экономика и инновационный бизнес», Университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: gulnar_1669@mail.ru

Пауешев А.А. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан. E-mail: arman1881@mail.ru

Сакенова З. М. - к.э.н., университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: sakenova@tau-edu.kz

Султанов Н.Т. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан.

E-mail: nurik_887@mail.ru

Теметаев К.К. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан.
E-mail: kanat_t76@mail.ru

Тойбазарова Н.А. - к.п.н., доцент кафедры «Педагогика и психология», Университет «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан. E-mail: t-nagima@mail.ru

Тукубаев Д.К. - магистрант Алматы Менеджмент Университета, г.Алматы, Казахстан.
E-mail: dtukubaev@mail.ru

Усенбаев Е.Н. - магистрант Университета «Туран-Астана», г.Нур-Султан, Казахстан.
E-mail: usenbaev.e@bk.ru