

www.keu.kz

№3 (34) 2014

ISSN 1998-7862

**ҚЭУ Жаршысы: экономика, философия,
педагогика, юриспруденция
ЖУРНАЛЫ**

ЖУРНАЛ

**Вестник КЭУ: экономика, философия,
педагогика, юриспруденция**

JOURNAL

**Bulletin of KEU: Economy, Philosophy, Pedagogics,
Jurisprudence**

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Аймагамбетов Е.Б. ректор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, доктор экономических наук, профессор (Казахстан)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Таубаев А.А. проректор по научной работе Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, доктор экономических наук, (Казахстан)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Татаркин А.И. директор Института экономики Уральского отделения РАН, академик РАН, доктор экономических наук, профессор (Россия)

Manuela Troschke Senior Researcher, Osteuropa-Institut Regensburg and Department of Economics, University of Regensburg, PhD, Professor (Germany)

Базилевич В.Д. декан экономического факультета Киевского национального университета им.Т.Шевченко, член-корреспондент НАН Украины, доктор экономических наук, профессор (Украина)

Сатубалдин С.С. академик НАН РК, доктор экономических наук, профессор (Казахстан)

Dilip K. Das Deputy Head of the Institute of Asian Business at Sol Bridge International School of Business, Professor of International Economics and Finance (Republic of Korea)

Алимбаев А.А. директор НИИ регионального развития, доктор экономических наук, профессор (Казахстан)

Азаров В.А. руководитель Омского регионального отделения Российской Академии Юридических наук, Заслуженный юрист Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор (Россия)

Покрытан П.А. профессор кафедры политической экономии МГУ имени М.В.Ломоносова, доктор экономических наук (Россия)

Айнабек К.С. директор НИИ НЭСА, доктор экономических наук, профессор (Казахстан)

Ханов Т.А. директор НИИ ЭПИ, доктор юридических наук (Казахстан)

Шамурзаев Т.Т. заведующий кафедрой Уголовного процесса и криминалистики Кыргызско-Российского славянского университета, доктор юридических наук (Киргизстан)

Бакишев К.А. начальник института повышения квалификации и переподготовки кадров Карагандинской Академии МВД РК имени Б.Бейсенова, доктор юридических наук, профессор (Казахстан)

Касенов Б.К. доктор философских наук, профессор (Казахстан)

Муликова С.А. доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)

Пунтус Е.А. МНС НИИ ЭПИ, Карагандинский экономический университет, технический редактор (Казахстан)

ҚЭУ Жаршысы
Ғылыми басылым

Вестник КЭУ
Научное издание

Bulletin of KEU
Scientific publication

Журнал зарегистрирован в Министерстве культуры, информации
и общественного согласия Республики Казахстан.

Свидетельство № 3672-Ж от 11 марта 2003 года.

Подписной индекс: 74106

Учредитель: Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

Год основания журнала - 2003.

Периодичность издания- 4 номера в год.
Языки публикаций: казахский, русский, английский.

© Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 2014

МАЗМҰНЫ:

ЭКОНОМИКА

Қуандық АЙНАБЕК ОБЪЕКТИВТІ НЕГІЗДЕР ЖАРАЛҒАННЫҢ, МӘСЕЛЕНІҢ ЖӘНЕ ЕУРАЗИЯШЫЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖАЛҒАУЛЫҚТЫҢ ДАМУЫНЫҢ БОЛАШАҒЫНЫҢ	9
Гулнара ЖҰМЖҰМАЕВА КӘСІПОРЫН БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ МАРКЕТИНГТІК БАСҚАРУ ҚҰРЫЛЫМЫН ҰЙЫМДЫҚ ҚАЛЫПТАСТЫРУ	14
Қайрат КАКЕНОВ, Ақторғын ТӨЛЕГЕНОВА ТӘУЕЛСІЗДІК ЖЫЛДАРЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТАМАҚ ӨНЕРКӘСІБІНІҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ	17
Антон КУРИЛКИН ҚАРАҒАНДЫ ОБЛЫСЫНДА ШАҒЫН БИЗНЕСТІҢ СЕРПІНІ ЖӘНЕ ҚҰРЫЛЫМЫ	22
ЛАРИОНОВА И.В. МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҰРАҚСЫЗДЫҚ ШАРТТАРЫНДАҒЫ РЕСЕЙ ФЕДЕРАЦИЯСЫНЫҢ БАНКТІК СЕКТОРЫ	30
ОЛЬХОВА Р.Г. ҚАЙТАҚАРЖЫЛАНДЫРУ - БАНК СЕКТОРЫНЫҢ ОРНЫҚТЫЛЫҒЫН ҚАМАТАМАСЫЗ ЕТУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ	39
Али ОМАРОВ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ҰЛТТЫҚ БАНКІСІНІҢ АҚШАЛАЙ- НЕСИЕЛІК САЯСАТЫНЫҢ НЕСИЕ БЕРУ МЕКЕМЕЛЕРІНІҢ ЖҰМЫСЫНА ӘСЕРІ	45
Зияда БОРБАСОВА, Сайран УЛАКОВ, Юрий ОСИК ИМИДЖДІҢ ЖӘНЕ ҰЛТТЫҚ БРЕНДТІҢ ҚҰРАЛЫМЫ СИЯҚТЫ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫНЫҢ ФАКТОРЫ ҚАЗАҚСТАНДА	48
Л. ТАЛИМОВА, Г. КАЛКАБАЕВА БАНКТІК ЖҮЙЕ ЖӘНЕ НАҚТЫ ЭКОНОМИКА СЕКТОРЫНЫҢ ӨЗАРА НЕСИЕЛІК ӘРЕКЕТТЕСТІГІ (ҚР ЖЕҢІЛ ӨНЕРКӘСІБІ НЕГІЗІНДЕ)	57
Аяпберген ТАУБАЕВ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӘСІПОРЫНДАРЫ МЕН ЕКІНШІ ДЕНГЕЙЛІ БАНКТЕРДІҢ ӨЗАРА ІС-ҚИМЫЛЫНА МОНИТОРИНГ	62
Нұржан ТЕЗЕКБАЕВ ТАУАРДЫ КӨТЕРМЕЛЕП ЖӘНЕ ЖЕКЕЛЕП САТУ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУДАҒЫ ҚОЛДАНЫЛАТЫН СТРАТЕГИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ ӘДІСТЕРІ	68
Әлия ЕСДӘУЛЕТОВА, Гүлсара ЖҮНҮСБЕКОВА ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНДАҒЫ	74
МЕМЛЕКЕТТІК-ЖЕКЕ МЕНШІК ӘРІПТЕСТІГІНІҢ РӨЛІ	74
Татьяна ПУПЫШЕВА ЖОО-НЫҢ ҚЫЗМЕТТІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРЛАУ	78

ФИЛОСОФИЯ

Евгения ПУНТУС ҚАЗАҚСТАНДЫҚТЫҢ КОНФЕССИЯЛЫҚ БІРДЕЙЛІГІ АРА КҮШТІ ЖӘНЕ ӘЛСІЗ АУДЫҢ КОНТЕКСТ (ША НАРЫҚТЫ АНАЛИЗДЫҢ МАТЕРИАЛДАРЫНА).....	84
--	-----------

ПЕДАГОГИКА

Құралай МАЙМУРУНОВА ТІЛДЕГІ СӨЗ ЖҰТУДЫҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТҮРЛЕРІ (ЖАЙ-КҮЙЛЕРІ).....	89
---	-----------

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Айтқұл ҚОСЖАНОВ, Тимур ҚОСЖАНОВ ЕВРОАЗИЯЛЫҚ ЭКОНОМИҚАЛЫҚ ОДАҚТАҒЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ МЕМЛЕКЕТТІҢ НАРЫҚТЫҚ ЭКОНОМИКА ҚЫЗМЕТІНІҢ ІСКЕ АСЫРУ ӘДІСТЕРІ.....	93
Наталья ПАРАСОЦКАЯ ЛИЗИНГТІК ОПЕРАЦИЯЛАР: ҚҰҚЫҚТЫ РЕТТЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ.....	97
Евгений ПЕНЧУКОВ, Евгения ЕСПЕРГЕНОВА ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСТРЕМИЗМНІҢ ҰҒЫМЫ ЖӘНЕ ОНЫНЫҢ ЗАҢ ШЫҒАРУШЫ ОРНЫҚТЫРУЫ.....	101
Гулжан ОНҒАРОВА, Болат СЕЙІТҚОЖИН ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҚАЗІРГІ КЕЗЕҢДЕГІ СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ САЯСАТЫ.....	105

СОДЕРЖАНИЕ:

ЭКОНОМИКА

Куандык АЙНАБЕК ОБЪЕКТИВНЫЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА.....	9
Гульнара ЖУМЖУМАЕВА ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	14
Кайрат КАКЕНОВ, Акторгын ТОЛЕГЕНОВА СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА В ГОДЫ НЕЗАВИСИМОСТИ.....	17
Антон КУРИЛКИН ДИНАМИКА И СТРУКТУРА МАЛОГО БИЗНЕСА В КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	22
ЛАРИОНОВА И.В. БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ.....	30
ОЛЬХОВА Р.Г. РЕФИНАНСИРОВАНИЕ - КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА	39
Али ОМАРОВ ВЛИЯНИЕ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА КАЗАХСТАНА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	45
Зияда БОРБАСОВА, Сайран УЛАКОВ, Юрий ОСИК ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА И НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ.....	48
ТАЛИМОВА Л., КАЛКАБАЕВА Г. КРЕДИТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН)	57
Аяпберген ТАУБАЕВ МОНИТОРИНГ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ И ПРЕДПРИЯТИЙ В КАЗАХСТАНЕ.....	62
Нуржан ТЕЗЕКБАЕВ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОПТОВО РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	68
Алия ЕСДАУЛЕТОВА, Гульсара ДЖУНУСБЕКОВА РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РАЗВИТИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЗАХСТАНЕ.....	74
Татьяна ПУПЫШЕВА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ.....	78

ФИЛОСОФИЯ

Евгения ПУНТУС КОНФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАЗАХСТАНЦЕВ В КОНТЕКСТЕ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СЕТЕЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ КАЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА).....	85
---	----

ПЕДАГОГИКА

Куралай МАЙМУРУНОВА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВИДЫ УСЕЧЕНИЯ СЛОВ В ЯЗЫКЕ.....	89
--	----

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Айткул КОСЖАНОВ, Тимур КОСЖАНОВ МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЫНОЧНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ В ПРАВОВОМ ГОСУДАРСТВЕ В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА.....	93
Наталья ПАРАСОЦКАЯ ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ.....	97
Евгений ПЕНЧУКОВ, Евгения ЕСПЕРГЕНОВА ПОНЯТИЕ ЭКСТРЕМИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И ЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ.....	101
Гульжан ОНГАРОВА, Булат СЕЙТХОЖИН АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	105

CONTENTS:

ECONOMY

Kuandyk AINABEK OBJECTIVE OF THE FUNDAMENTALS, CHALLENGES AND PROSPECTS EURASIAN ECONOMIC UNION	9
Gulnara ZHUMZHUMAEVA FORMATION OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF MARKETING AS FACTOR OF INCREASE OF KONKURENTOSPOBNOSTI OF THE ENTERPRISE	14
Kairat KAKENOV, Aktorgyn TOLEGENOVA THE CONDITION OF FOOD INDUSTRY OF KAZAKHSTAN IN THE YEARS OF INDEPENDENCE	17
Anton KURILKIN DYNAMICS AND STRUCTURE OF SMALL BUSINESS IN THE KARAGANDA REGION	22
LARIONOVA I.V. BANKING SECTOR OF RUSSIAN FEDERATION IN THE CONDITIONS OF MACROECONOMIC INSTABILITY	30
OLHOVA R.G. REFINANCING - AS A FACTOR OF BANKING SECTOR STABILITY	39
Ali OMAROV IMPACT OF THE KAZAKHSTAN NATIONAL BANK MONETARY POLICY ON CREDIT INSTITUTION ACTIVITIES	45
Ziada BORBASOVA, Sairan ULAKOV, Yuri OSSIK IMAGE AND NATION BRAND FORMATION AS TOURISM DEVELOPMENT FACTOR IN KAZAKHSTAN	48
L.TALIMOVA, G. KALKABAEVA INTERACTION BETWEEN CREDIT BANKING SYSTEM AND THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY (ON THE EXAMPLE OF CONSUMER GOODS INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN)	57
Ayapbergen TAUBAYEV MONITORING OF INTERACTION COMMERCIAL BANKS AND VENTURE IN KAZAKHSTAN	62
Nurzhan TEZEKBAYEV STRATEGIC MANAGEMENT TOOLS USED IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE ENTERPRISE	68
Aliya YESDAULETOVA, Gulsara GUNUSBKOVA THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE DEVELOPMENT OF INVESTMENT ACTIVITY IN KAZAKHSTAN	74
Tatyana PUPYSHEVA STRATEGIC PLANNING OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS ACTIVITY	78

PHILOSOPHY

Evgenia PUNTUS CONFESSIONAL IDENTITY OF KAZAKHSTAN CITIZENS IN THE CONTEXT OF STRONG AND WEAK NETWORKS (ON MATERIALS OF THE QUALITATIVE ANALYSIS)	84
--	----

PEDAGOGICS

Kuralai MAIMURUNOVA FORMS OF PSYCHOLOGICAL APOSIOPESIS IN LINGUISTICS	89
--	-----------

JURISPRUDENCE

Aitkyl KOSZHANOV, Timur KOSZHANOV METHODS OF IMPLEMENTING MARKET-ECONOMIC FUNCTIONS LEGAL STATE IN THE CONTEXT OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION.....	93
Natalia PARASOTSKAYA LEASING OPERATIONS: PROBLEMS AND PROSPECTS OF LEGAL REGULATION.....	97
Eugeniy PENCHUKOV, Evgenia ESPERGENOVA DEFINITION OF EXTREMISM IN KAZAKHSTAN REPUBLIC AND ITS LEGISLATIVE CONSOLIDATION.....	101
Gulzhan ONGAROVA, Bulat SEYTHOZHIN ANTI-CORRUPTION POLICY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AT THE PRESENT STAGE.....	105

УДК: 330.101.

Қуандық АЙНАБЕК, доктор экономических наук, профессор, действительный член Международной академии информатизации, полный член Европейской академии естествознания, директор Научно-исследовательского института новой экономики и системного анализа при КЭУК, 100009, г. Караганда, ул. Академическая, 9, ainabek@mail.ru, +7721244-16-24 (6500)

ОБЪЕКТИВНЫЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

В статье рассматриваются объективные основы создания, проблемы и перспективы развития евразийского экономического союза. В данной работе особо обращается внимание на экономическое содружество, его необходимость в условия геополитических потрясений, инновационное развитие, как ключа к прорывному развитию будущего союза.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, экономическое содружество, геополитика, инновационное развитие.

Қуандық АЙНАБЕК, экономика ғылымдарының докторы, профессор, халықаралы ақпараттандыру академиясының нағыз мүшесі, Еуропалық жаратылыстану академиясының толық мүшесі, ҚКЭУ жанындағы Жаңа экономика және жүйелік талдау ғылыми зерттеу институтының директоры, 100009, Қарағанды қ., Академическая көш, 9, ainabek@mail.ru, +7721244-16-24 (6500)

ОБЪЕКТИВТІ НЕГІЗДЕР ЖАРАЛҒАННЫҢ, МӘСЕЛЕНІҢ ЖӘНЕ ЕУРАЗИЯШЫЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖАЛҒАУЛЫҚТЫҢ ДАМУЫНЫҢ БОЛАШАҒЫНЫҢ

Мақалада жаралғанның объективті негіздері, мәселелер және еуразияшылық экономикалық жалғаулықтың дамуының болашақтары қарастырылады. ара айтылмыш жұмыста на экономикалық одаққа деген көңіл, в геосаясат шайқалыстың шарттарына деген оның зары, инновациялық даму, сияқты кілттің к келешек жалғаулықтың олқылықтың дамуына айрықша айналады.

Түйінді сөздер: Еуразияшылық экономикалық жалғаулық, экономикалық одақ, геосаясат, инновациялық даму.

Kuandyk AINABEK, Dr. of Economics, Prof. of Economics, Academician of International Academy of Informatization, the director of Research Institute of New Economics and the system analysis at KEUK, 100009, Karaganda, Akademicheskaya St., 9, ainabek@mail.ru, +7721244-16-24 (6500)

OBJECTIVE OF THE FUNDAMENTALS, CHALLENGES AND PROSPECTS EURASIAN ECONOMIC UNION

The article deals with the basics of creating objective, problems and prospects of the Eurasian Economic Union. In this paper specifically draws attention to the economic community, its necessity in terms of geopolitical turmoil, innovative development is the key to the breakthrough development of the future union.

Keywords: Eurasian Economic Union, Economic Community, geopolitics, innovative development.

29 мая 2014 года был подписан договор о создании Евразийского экономического союза главами трех государств Казахстаном, Россией и Белоруссией. Данный договор вступит в силу с 1 января 2015г. Этого момента ждали народы Евразийского пространства более двух десятилетий. Данное событие имеет архиважное значение не только для развития данного региона, но всего мира.

В современных условиях для адаптации и эффективного развития странам необходимо трансформироваться, исходя из требований глобализации. В настоящее время развивающиеся страны находятся в неравных условиях по сравнению с высокоразвитыми государствами. Монополистическое господство США и международных транснациональных корпораций высокоразвитых стран не дают возможности развивающимся странам вести самостоятельную политику в развитии национальной экономики.

Поэтому такая геополитика требует объединение усилий развивающихся стран для выживания и эффективного роста и создания различных союзов в противовес доминирования высокоразвитых стран и международных корпораций. Это является первым условием создания Евразийского экономического союза для Казахстана, Белоруссии и России.



Рисунок 1. - Евразийский экономический союз.
Примечание: источник из "Картинки Google.ru".

По этому поводу хочется отметить и мнение зарубежного эксперта парижского корреспондента Кэрл Мэтлэка, который на свой вопрос дал следующий ответ: "Так почему же другие страны присоединяются? Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев стремится поддерживать хорошие отношения с Москвой отчасти потому, что его страна экспортирует большую часть своей нефти по российским трубопроводам. У Армении партнерство с Россией в сфере безопасности, а Кыргызстан боится стать изолированным и уязвимым для экономического давления со стороны Китая. У Беларуси же на самом деле не было выбора в вопросе присоединения, так как ее экономика остановится без значительно субсидируемой российской нефти и газа"[1].

В целом данная точка зрения зарубежного эксперта совпадает с нашим с позиции существования необходимости интеграции данных стран в ЕАЭС, хотя наш подход на порядок расширяет содержательный аспект.

Следующим вторым условием представляется переход к инновационной экономике. Глобализация инновационного пространства, существенно раздвигает рамки производственных процессов, позволяя выносить за пределы развитых стран наиболее трудоемкие звенья технологических цепочек. Стало жизненно важным быстро и адекватно реагировать на изменения внешней среды, дешевле быстрее и лучше проектировать, разрабатывать, производить, испытывать, эксплуатировать, а также поддерживать существующие и будущие высокотехнологичные системы.

Парадигма инновационного развития современного общества, по мнению многих авторитетных аналитиков, не имеет альтернативы, современная мировая практика ориентируется на стратегию создания национальных инновационных систем не только в развитых, но и в развивающихся

странах. Безальтернативность инновационного пути развития тесно связана с тенденциями социальной эволюции, перспективами и стратегиями обеспечения будущего цивилизации, которая должна адекватно отвечать на глобальные вызовы, как со стороны природы, так и самого общества и экономики.

Далее инновационное развитие возможно для развивающихся стран только в объединении совместных усилий. Здесь нужно для доказательства отметить следующие факты, что доля инновационного продукта в ВВП в Казахстане составляет около 1- 1,5%[2], России - 17-20%[3], Белоруссии - 15-19%[4], тогда как в высокоразвитых странах Запада - от 50 до 70%[5].

Как видно из данных инновационного развития высокоразвитых стран, именно инновационное направление развития позволит создать устойчивую и конкурентоспособную экономику, которая может противостоять внешним и внутренним вызовам.

Инновационное развитие предполагает формирование наукоемкой экономики по следующей схеме: от потребности общества и рынка к идее, затем научные открытия, внедрение в производство, исследование рынка и оформление коммерческого продукта для реализации и удовлетворения потребности общества (См. Рисунок 2).

Развитие национальных инновационных систем в странах ЕАЭС нацелено на такую интеграцию в мировую инновационную систему, при которой они смогут играть активную роль в генерации, распространении и использовании знаний, а не только платить соответствующую (технологическую) ренту другим странам.

Реализация межгосударственной инновационной политики основывается на создании такой системы, которая позволит в кратчайшие сроки и с высокой эффективностью использовать в производстве интеллектуальный, технологический и

Интерактивная модель инновации

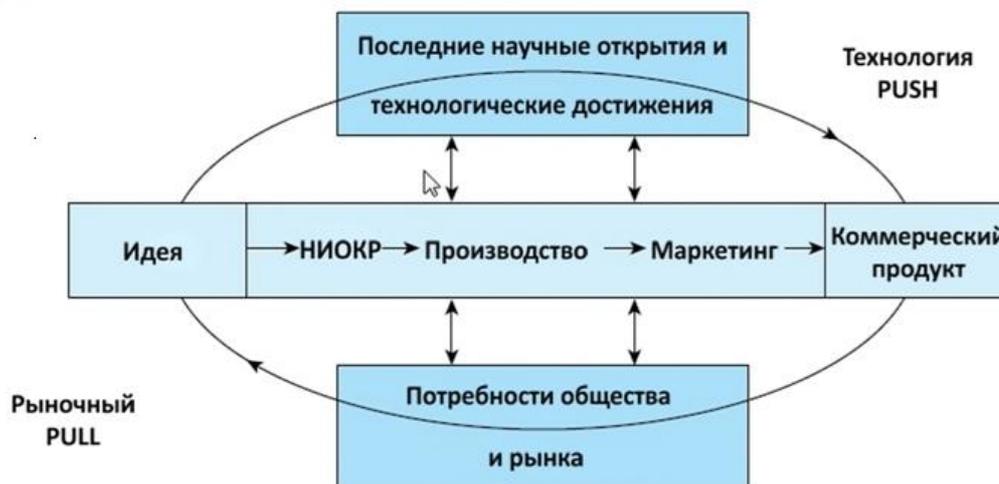


Рисунок 2. Модель инновационного процесса от идей до потребителя. Примечание: источник из "Картинки Google.ru"

производственный потенциал государств-членов ЕАЭС.

Решение указанных проблем возможно только путем создания Евразийской инновационной системы в рамках единого межгосударственного инновационного пространства, объединяющего ресурсы национальных инновационных систем и придающего устойчивый и системный характер инновационному развитию, что будет способствовать эффективному использованию научно-технических разработок и изобретений, независимо от места их происхождения.

И третьим условием является социализация рыночной экономики, социально-культурное, духовное развитие. Поскольку современный мир становится технократическим с потребительскими характеристиками, что служит фактором воспроизводства экологического, социального и экономического кризиса в мировом масштабе.

По этому поводу президент страны Назарбаев Н.А. подчеркнул в своем докладе на VII Астанинском экономическом форуме, что мировое сообщество катится в средневековье. "По оценкам исследовательского института "Кредит Суис" сегодня в руках почти 1% населения планеты сконцентрировано около 40% мирового богатства. В то же время практически 70% населения земли обладает лишь 3% богатства. С учётом демографических трендов данная тенденция будет лишь усиливаться. Такая ситуация может существенно подорвать глобальное развитие и спровоцировать колоссальное социальное противоречие в будущем. Вместо постиндустриального мира человеческая цивилизация вернётся в тот период, которые исследователи называют "новыми средними веками"[6].

Далее глава государства Назарбаев Н.А. особое внимание уделяет развитию общества и культуры, науки в решении вышестоящих проблем. Он отметил в МГУ, "что экономическая интеграция активизирует и сделает более глубокими культурно-гуманитарные связи между нашими народами. XXI век однозначно делает культурный сегмент важнейшей составляющей национальных экономик, приносящих солидный процент роста ВВП. Это и туризм, в том числе историко-культурный, экологический и медицинский. Это образовательные услуги, которые особенно важны для инновационно-индустриального развития и систем управления"[7].

Также президент страны особо обращает внимание на развитие человеческого капитала: "наш выбор - это инвестиции в человека, что не даёт быстрого эффекта, но неуклонно ведёт к качественным изменениям в уровне жизни населения"[6]. В связи с этим приведем пример того, что на сколько страны СНГ отстают от высокоразвитых в плане распределения дохода между капиталом и трудом. В развивающихся странах 30% общего дохода идет для оплаты труда, а в высокоразвитых - 70%. При этом скандинавских странах группа богатых собственников имеют доход в 3-5 раз больше чем часть средне-низкооплачиваемых, тогда как в странах СНГ эти показатели отличаются от 17 до 25 раз по различным экспортным данным, хотя в официальных статданных показываются цифры 6-8 раз[9]. Здесь нужно подчеркнуть, что без справедливого распределения национального дохода между трудящимися и капиталом не возможен будет мир, согласие, благополучие и развитие Евразийского экономического союза. В этом отношении интересно идея "Деловой России", которая приводится ниже рисунок 3.



Рисунок 3. Модель социально ориентированного рынка. Примечание: источник из "Картинки Google.ru".

Переход к Евразийскому экономическому союзу означает, прежде всего, формирование общей стратегии развития, которая должна появиться вместе с общим рынком, и формирование общесоюзных институтов регулирования экономики. Общая стратегия необходима, чтобы мы могли оптимально сочетать конкурентные преимущества и избегать ситуаций, когда появляются избыточные мощности. Она нужна также для правильного определения прорывных и перспективных направлений экономического роста. В связи с этим можно отметить высказывание главы государства Казахстана: "Цели Евразийского экономического союза выдвигают особые требования к его правовым и организационным механизмам. Они должны представлять инструмент, который основан на твердых принципах, но в то же время обладает достаточной гибкостью, чтобы адекватно реагировать на любые изменения. Очевидно, что структура и методы управления органами Евразийского экономического союза не могут быть просто калькой с других интеграционных структур. Нужно искать инновационные модели менеджмента, отвечающие уникальной миссии нашего объединения"[8].

Именно переход к общей стратегии развития и интеграция даст ощутимый эффект. Так, например, эксперты отмечают, что интеграционный эффект роста ВВП составит 17-20 процентов для каждой страны ЕАЭС, экономия времени на товарообмен между странами составит 40%, товарообмен увеличится от 2 до 5 и более раз, а в дальнейшем синергетический эффект увеличится многократно[10].

Далее уместно отметить высказывание академика РАН, советника президента РФ Глазьева С.Ю., который пишет, что "по объективным историческим, экономическим и политическим причинам ключевую роль в организации процессов евразийской интеграции играет Россия. Исследования общественного мнения, проводимые различными социологическими службами, свидетельствуют о сохраняющемся представлении о России как объединяющем центре у населения всех государств СНГ. От России ждут инновационного прорыва, ждут сигналов на осуществление системных преобразований, которые будут учитывать национальные интересы государств - участников процессов евразийской интеграции"[11]. Так, по данным социологического опроса центром ЦИРКОН на высоком уровне находится поддержка ЕАЭС в их государствах-участниках: 73% - в Казахстане, 67% - в России и 65% - в Белоруссии[12].

В современных условиях достижения науки и технологий в значительной степени определяют динамику экономического роста и уровень конкурентоспособности государств, степень обеспечения их независимости и суверенитета, национальной безопасности и эффективности интеграции в мировую экономику. Развитые страны перешли к качественно новой стадии социально-экономического развития, основным содержанием которого является создание экономики, основанной на знаниях, которая базируется на высокоэффективных национальных инновационных системах.

Далее нужно отметить, что уровень координации напрямую связан с восприятием значимости инноваций. Если образу жизни граждан действительно что-то угрожает, то предполагается, что инновационная стратегия будет контролироваться на самом высоком уровне, "централизованный" подход станет важным средством ее осуществления, и в определенных случаях, это будет затрагивать все секторы экономики. При этом важно учитывать и создавать условия и механизмы самоорганизации процесса инновационного развития.

В будущем макроэкономический эффект от интеграции стран в ЕАЭС будет следующим:

- повышение эффективности производства товаров и услуг, благодаря уменьшению издержек перевозки;
- стимулирование честной конкуренции и партнерства на общем рынке ЕАЭС;
- увеличение доходов населения за счет уменьшения издержек и повышения производительности труда;
- наращивание производства и развитие реального сектора экономики за счет увеличения спроса на товары;
- увеличение занятости населения в производствах импортоориентированных / экспортоориентированных фирмах, меж- и национальных корпорациях ЕАЭС;
- повышение окупаемости новых технологий и товаров за счет увеличения объема рынка и т.д.

Как видно, перед странами будущего Евразийского союза стоит сложная задача: как правильно определить инновационную стратегию, чтобы генерировать рост и, как следствие, обеспечить ресурсы, необходимые для повышения общественного благосостояния, преодоления рыночной и финансовой неустойчивости, переходу к новым укладам инновационного развития.

Анализ инновационного и инвестиционного потенциалов стран сообщества показывает, что у каждого из государств-членов ЕАЭС есть свои особенности и национальные приоритеты. Однако имеются присущие каждому государству-члену ЕАЭС проблемы инновационного развития. Все это требует скоординированной работы и разработки механизмов достижения к намеченным результатам.

Далее нужно отметить высказывание С.Ю. Глазьева о том, что будущий бюджет Евразийского союза будет формироваться на начальном этапе развития преимущественно за счет России до 87%, при этом все три страны будут иметь равные голоса в решении возникающих проблем[8].

В деле создания объединенного инновационного пространства и совершенствования будущего Евразийского союза также должны вносить свой вклад граждане и организации каждой из этих трех стран.

Конечно, идея создания и развития Евразийского союза должна стать общим делом не только для руководителей интегрирующихся стран, но всех народов, коллективов, которые хотят изменить мир к лучшему, и в этом направлении определенную

позитивный вклад старается привнести и наш Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза. В связи с этим 28 мая 2014г. до подписания договора о создании ЕАЭС в нашем университете был проведен круглый стол на тему: "Перспективы вступления Казахстана в Евразийский экономический союз", на котором участвовали видные ученые, профессорско-преподавательский состав, докторанты, магистранты и студенты. Все присутствующие единодушно согласились о необходимости создания ЕАЭС.

С момента создания Евразийского союза начинается новая эпоха развития не только для нашего региона, но и всей планеты, а это должно подтвердиться в будущем.

Список литературы:

1. http://www.mignews.com/news/economics/world/010614_111151_95689.html
2. http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersScience?_afLoop=

608555843348377#%40%3F_afLoop%3D608555843348377%26_adf.ctrl-state%3Dj865e1rhx_90

3. http://www.dp.ru/a/2012/06/21/Innovacionnij_biznes_obes/

4. http://belapan.by/archive/2014/05/13/media_forum/

5. <http://www.aspu.ru/images/File/Izdatelstvo/KR2/8.pdf>

6. http://www.akorda.kz/ru/page/page_216807_vystuplenie-prezidenta-kazakhstanana-nazarbaeva-na-otkrytii-plenarnogo-zasedaniya-vii-astaninskogo-ek

7. <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1398738840>

8. http://www.modern-rr.ru/netcat_files/93/47/h_5a963156f4acdc7814f0b843cae74e2c

9. <https://www.youtube.com/watch?v=7oZpZn3qxlC>

10. <http://www.dynacon.ru>

11. <http://ru.calameo.com/read/003469669f1035526f139>

Гульнара ЖУМЖУМАЕВА, магистр экономики, Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, 100009 Караганда, ул. Академическая 9, Казахстан gulnara.77@inbox.ru
+77212441612

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются типы организационных структур управления маркетингом. Уровень организации маркетинговой деятельности в свою очередь, влияет на качество управленческих решений, направленных на формирование производственной программы, разработку и освоение новых товаров, стратегий в области ценообразования, сбыта и продвижения.

Ключевые слова: маркетинг, управление маркетингом, конкурентоспособность, организационные структуры.

Гулнара ЖҰМЖҰМАЕВА Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті экономика
магистрі, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ. Академическая көш 9, gulnara.77@inbox.ru
+77212441612

КӘСІПОРЫН БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ МАРКЕТИНГТІК БАСҚАРУ ҚҰРЫЛЫМЫН ҰЙЫМДЫҚ ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Мақалада маркетингті басқару құрылымын ұйымдастыру үлгілері қарастырылған. Өз кезегінде маркетинг қызметін ұйымдастыру деңгейі, басқару шешімінің сапасына әсер етеді, өндіріс бағдарламасын қалыптастыруға бағытталған, жана тауарларды игеру мен жасап шығаруға, өткізу және жылжыту, баға белгілеу аясындағы стратегия.

Түйінді сөздер: маркетинг, маркетингтік стратегия, наубайхана саласы, наубайхана кәсіпорыны.

Gulnara ZHUMZHUMAEVA, Karaganda Economical University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Karaganda,
Academicheskaya, 9. gulnara.77@inbox.ru +77212441612

FORMATION OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF MARKETING AS FACTOR OF INCREASE OF KONKURENTOSPOBNOSTI OF THE ENTERPRISE

In article it is considered types of organizational structures of management of marketing. Level of the organization of marketing activity in turn, influences quality of the administrative decisions directed on formation of the production program, development and development of new goods, strategy in the field of pricing, sale and advance.

Keywords: marketing, marketing management, competitiveness, organizational structures.

Успех предприятия на рынке во многом зависит от уровня организации маркетинговой деятельности, который, в свою очередь, влияет на качество управленческих решений, направленных на формирование производственной программы, разработку и освоение новых товаров, стратегий в области ценообразования, сбыта и продвижения.

Управление маркетингом осуществляется с учетом сложности организационной структуры фирм или предприятий. Так, если деятельность фирмы реализуется через простую организационную структуру, в которой главным фигурантом выступает владелец бизнеса, то, как правило, управление маркетинговой деятельностью осуществляется на инструментальном уровне.

На предприятиях, выпускающих широкую номенклатуру товарной продукции, реализуемых на отдельных рынках сбыта, чаще всего маркетинговая деятельность опирается на многообразие маркетинговых функций и стратегий. В этом случае речь идет об управлении маркетингом на функциональном уровне. И, наконец, управление маркетингом на крупных предприятиях, сформированных путем слияния ранее

самостоятельных предпринимательских структур, осуществляется путем развития единой корпоративной стратегии фирмы. Поэтому формирование организационных структур управления маркетингом во многом связано с уровнем принимаемых стратегических решений: корпоративный, функциональный и инструментальный, каждому из которых соответствует определенный тип организационного построения маркетинговой деятельности [1 с.59].

Организационные структуры управления маркетингом являются результатом обособления работ по маркетинговому сопровождению товарной продукции предприятия и органично встроены в общую систему управления предприятием. Как целостная подсистема организационная структура управления маркетингом представлена только в крупных компаниях, на предприятиях среднего бизнеса представлена отдельными подразделениями, а в малом бизнесе - маркетинговые функции возлагаются на топ-менеджера или владельца фирмы [1 с.60].

Структура организации маркетинговой деятельности зависит от ряда факторов, к которым следует отнести: маркетинговые исследования, сбыт, рекламу и стимулирование сбыта, разработку нового продукта, а также учитывается ситуация на рынке или состояние конкурентной среды и т.д. в соответствии с рисунком 1.

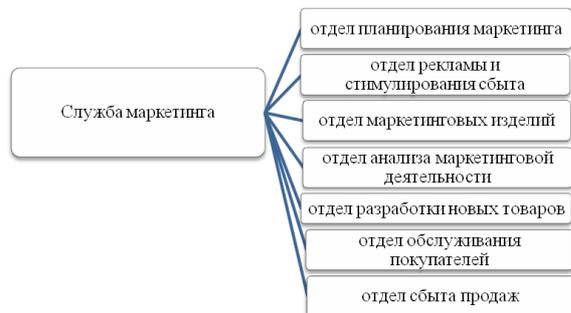


Рисунок 1-Структура управления маркетингом (Примечание: составлено по источнику [1, с. 57])

Формирование самостоятельно действующих подразделений маркетинговой деятельности происходит с учетом показателя рыночной доли предприятия, масштабов его деятельности по географическим районам, территориям, странам, силы конкурентного давления на рынке, напряженности и насыщенности маркетинговых усилий фирм. В целом следует выделять функциональную, дивизионную и матричную подходы к организации службы маркетинга. Все перечисленные типы организационных структур управления маркетингом обладают определенными характеристиками, которые ограничивают область их применения [2].

Отличительные характеристики организационных структур маркетинговых подразделений функциональной организации имеют следующие достоинства и недостатки:

Достоинства функциональной организации: простота управления, однозначное описание обязанностей каждого сотрудника, возможность функциональной специализации маркетологов как фактор роста их профессиональной подготовленности, конкуренция между отдельными участниками как стимул роста эффективной работы, полный маркетинг каждого товара, возможность изучения специфики потребностей и основных потребителей по каждому товару.

Недостатки функциональной организации: снижение качества работы при расширении номенклатуры товаров, отсутствие механизма поиска нетрадиционных видов направлений деятельности предприятия, конкуренция между отдельными функциональными участниками-борьбы за частный, а не общефирменный интерес.

Как видно из описанных данных, функциональная структура службы маркетинга реализуется путем делегирования каждому сотруднику отдела определенных функциональных задач.

Применение той или иной структуры организации маркетинговой деятельности зависит от

ассортимента или производственных программ предприятий и степени однородности обслуживаемых рынков. К примеру, функционально-продуктовая структура эффективна для предприятий, которые развивают различные товарные группы и вводят достаточно часто новый ассортимент продукции. Функционирование второго типа функциональной структуры службы маркетинга происходит в условиях, когда фирма имеет разнородные рынки сбыта, для которых необходима разработка индивидуальных программ маркетинга. Подводя итог исследованию функциональной структуры организации маркетинговой деятельности, следует отметить, что ее реализация остается эффективной в ситуации, когда производственно-сбытовая деятельность предприятия статична. В большинстве случаев, ее используют малые фирмы, производственная программа, которых ограничена и продукция реализуется в узком сегменте рынка. Функциональная структура неспособна реализовать инновационные по содержанию задачи, затрудняет применение принципа "адаптивности" организационного построения деятельности фирмы к изменениям ситуации на рынке.

Дивизионная организационная структура управления предусматривает, что весь объем маркетинговой деятельности отнесен к отдельным товарным группам. В такой структуре по каждой товарной позиции определяется свой управляющий с группой сотрудников, выполняющий все функциональные задачи маркетинга по этому товару [3].

Данная структура функционирует эффективно при условии, когда предприятие имеет широкую производственную программу продукции и реализует ее на большом количестве однородных рынков. При этом обращают на себя внимание следующие факторы. В частности, имеют различия требования к упаковке, рекламе и сбыту по каждому товару, кроме того, объем реализации каждой стратегической единицы бизнеса должен оправдывать расходы на организацию его маркетинговой деятельности.

Соблюдение вышеперечисленных условий при формировании дивизионной структуры обеспечивается путем специализации сотрудников на выполнении отдельных функций по каждой стратегической единице бизнеса и координации их деятельности руководителем группы маркетинга отдельного товара. Если предприятие имеет развитую филиальную сеть, то организационная структура управления маркетингом предполагает наличие отделов и служб, ориентированных по территориальному признаку. Это соответствует рыночным принципам организационного построения, когда маркетинг, разделен по отдельным рынкам (в том числе географическим), или по отдельным сегментам рынка. Использование такой структуры является результативным, в случае, когда фирма производит ограниченную номенклатуру товаров, реализуя ее на большом количестве рынков, имеющих определенные различия [4].

Следующий подход к формированию структуры управления маркетингом связан с сочетанием вертикального контроля функциональных отделов и прямого горизонтального координирующего контроля.

Как правило, это структура является временной, и ее организация связана с выполнением определенного проекта. Реализация матричного подхода к организации маркетинговой деятельности предполагает участие основных подразделений предприятия. Например, таких как: производство, сбыт, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, финансы. После выполнения задания, в частности, разработка нового продукта, построения новой системы продаж или формирование рекламной кампании, обычно группу расформируют.

В практике маркетинга чаще всего внедрение маркетинговой деятельности на предприятии осуществляется путем формирования традиционной, рыночно-функциональной структуры управления маркетингом. Одной из разновидностей такой структуры является сегментная структура управления. Ее функционирование обеспечивается следующим образом: каждый отдел маркетинга отвечает за работу с определенным сегментом потенциальных потребителей независимо от их территориального размещения.

В условиях реализации широкой производственной программы выпускаемой продукции, которая предлагается на многих рынках, применяют товарно-рыночный подход к организации маркетинговой деятельности предприятия.

Таким образом, при выборе структуры управления маркетингом необходимо исходить из основных критерий:

- чем проще структура управления при прочих равных условиях, тем мобильнее управление ее и выше шансы на успех;
- число функций, ответственность за выполнение которых можно возложить на одного специалиста, ограничено, а чем больше товаров в его ведении, тем меньше должно быть число выполняемых функций управления, и наоборот.

В нестабильной окружающей внешней среде предприятия непосредственную роль играют результаты анализа эффективности организационной структуры управления маркетингом. Тем самым, обеспечивают исключение ошибок и противоречий, возможных в процессе управления деятельностью предприятия. Сопоставление области маркетинговых решений, которые можно регламентировать Положением о отделе маркетинга, с фактически принимаемыми решениями дает попытку судить об эффективности функционирования системы управления предприятием в целом. Результаты анализа позволят выявить несоответствие вертикальных и горизонтальных связей в структуре управления маркетингом, что даст возможность оценить соответствие знаний и умений сотрудников уровню выполняемой работы и компетентности руководителей. При этом определяется качество

взаимосвязей, которое отражает скорость принятых решений по разрешению проблем маркетинга [5].

Таким образом, каждый вид организационной структуры маркетинга имеет свои достоинства и недостатки. На основе анализа тенденций развития организационных структур управления предприятий и их объединений при внедрении маркетинга можно сделать следующие выводы:

В условиях рыночной экономики предприятия и их объединения должны создавать службы маркетинга с функциями изучения рынков сбыта и определения спроса на продукцию предприятия, требований потребителей к ней, обеспечения ее конкурентоспособности, организации рекламы, сбыта и сервисного обслуживания.

Службы маркетинга должны иметь устойчивые и тесные прямые и обратные связи со всеми другими подразделениями предприятия и оказывать на них постоянное влияние с тем, чтобы обеспечивалось безусловное выполнение требований потребителей к качеству, функциональному назначению и другим потребительским свойствам продукции, ее производство в необходимом для рынка объеме и ассортименте; современное и качественное фирменное обслуживание; достижение запланированного объема прибыли. Все работники предприятий должны привлекаться для разработки и реализации цели, стратегии и тактики маркетинга. Следует постоянно доводить до сознания всех работников, что маркетинг не относится только к сбыту продукции, а в корне изменяет всю систему управления, и ориентирует каждую службу и каждого работника на достижении конечной цели предприятия.

Анализ опыта отечественных предприятий в области создания таких структур показывает, что в силу сложности данной проблемы, а иногда и поспешности внедрения маркетинга на предприятии уже с самого начала допускаются некоторые отклонения от традиционных структур. Организация управления на принципах маркетинга необходима даже в условиях дефицита, так как исключает возможность выпускать продукцию, не отвечающую нуждам и потребностям потребителей.

Список литературы:

1. Титова В.А. Управление маркетингом. Учебное пособие.-Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2005-445с.
2. Федосеев В.Н. Управление маркетингом. Учебное пособие.-Ростов-на-Дону, 2006-208с.
3. Накипова Г.Е. Исследование концепций маркетингового управления предпринимательскими структурами. "Поиск" Международный научный журнал-приложение Республики Казахстан// №2 (1) 2013.-С.159-166
4. Ланкин В.Е. Маркетинг. Учебное пособие.- Под общей ред. В.Е. Ланкина, Т.В. Алесинская, Л.Н. Дейнека, А.Н. Проклин, Л.В. Фоменко и др.; - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. - 241 с.
5. Турсумбаев Б.М., И.Я. Петренко, С.Б.Исмурастов "Основы организации бизнеса" Учебное пособие: Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство 1995.-637с.

Қайрат КАКЕНОВ, к.т.н., профессор, Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул.Академическая, 9.
Акторгын ТӨЛЕГЕНОВА, магистрант 2 курса, Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул.Академическая, 9, tolegenovy@mail.ru,
87787094686

СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА В ГОДЫ НЕЗАВИСИМОСТИ

Данная статья рассматривает развитие пищевой промышленности Казахстана в годы независимости. Особое внимание уделяется возникновению пищевого кризиса и указываются пути решения проблем по основным направлениям.

Ключевые слова: пищевая промышленность, потребление продуктов, качество.

Қайрат КАКЕНОВ, т.ғ.к., профессор, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті,
100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш.,9.
Акторгын ТӨЛЕГЕНОВА, 2 курс магистранты, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық
университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш.,9,
tolegenovy@mail.ru, 87787094686

ТӘУЕЛСІЗДІК ЖЫЛДАРЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТАМАҚ ӨНЕРКӘСІБІНІҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ

Бұл мақалада тәуелсіздік жылдарындағы Қазақстанның тамақ өнеркәсібінің даму жағдайы қарастырылған. Азық-түлік дағдарысының пайда болуы мен тамақ өнеркәсібінің бағыттары бойынша негізгі мәселелер көрсетілген.

Түйінді сөздер: тамақ өнеркәсібі, азық-түлік тағамдарын тұтыну, сапа.

Kairat KAKENOV, candidate of engineering sciences, professor, Karaganda Economic University of
Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9.
Aktorgyn TOLEGENOVA, master of 2 cours, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009,
Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, tolegenovy@mail.ru, 87787094686

THE CONDITION OF FOOD INDUSTRY OF KAZAKHSTAN IN THE YEARS OF INDEPENDENCE

This article examines the development of the food industry of Kazakhstan in the years of independence. Special attention is paid to the emergence of the food crisis and specifies the solutions to the problem in the main areas.

Keywords: food industry, consumption of products, quality.

Тамақ өнеркәсібі - азық-түлік өнімдерін өндіретін салалардың кешені, қалыпты өмірді қамтамасыз етудің ең негізгі алғышарты ғана емес, ел экономикасының тұрақты дамуында да маңызды орын алады. Азық-түлік өнімдерін өндіру өңдеу өндірісінің қарқынды дамып келе жатқан саласы болып табылады.

Инфляция жағдайында азық-түлік тағамдарының басқа салалармен салыстырмалы бағаларының жылдам өсуі, олардың бірінші деңгейлі мағыздылығы мен қажеттілігімен түсіндіріледі. Отандық тағам өнеркәсібінің дамуы, оның экономикамыздың табысты және әсерлі секторына айналуы тағам өнімдерінің қауіпсіздігін қамтамасыз етудің басты факторы болып, мемлекетіміздің экономика жүйесінің барлық тараптарына әсер етеді. Тағам өндірісі ауыл шаруашылығының дамуында маңызды роль атқарады, сонымен қатар, электроэнергетика, көлік пен байланыс, қаптау материалдарының өндірісі секілді аралық салалардың жұмысына әсер етеді. Ол халықтың әлеуметтік жағдайының қалыптасуында негізгі орын алады [1].

Азық-түлік тауарларының өндірісін ұлғайту және халықты тұрақты қамтамасыз етуі шешуші дәрежеде агроөнеркәсіп кешені аясында жүргізілетін ғылыми негізделген саясатына, сонымен қоса, мемлекеттің тамақ өнімдерінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесін шешуге қатынасына байланысты. Қайта өңдеу өнеркәсібінің бірбірінен ерекшеленетін өнім өндіретін 30-дан астам саласы бар. Шикізаттың (жүз түрлі) және дайындалатын өнімнің (мыңдаған түрлі) кең ассортименті көптеген қағидалы айырмашылықтағы технологияларды, саны бірнеше мың данаға жететін машина мен аппараттарды қолдануға негіздейді.

Республиканың агроөнеркәсіп кешенінің тағамдық бөлігінің дамуына қойылатын әлеуметтік-экономикалық талаптар мен негізгі даму бағыттарына орай келесідей тапсырмалар туындайды:

- өндірістің техникалық және технологиялық дәрежесін көтеру;
- өнімдердің жаңа түрін жасау;
- тағам өнімдерінің тұтыну сапасын жақсарту;

- тұтынуға дайындық дәрежесі жоғары тағам өнімдерінің шығарылуын ұлғайту.

Бұл маңызды мәселелерді ғылым мен техниканың жетістіктерін ғылыми-техникалық дамудың тағам өнімдерін сақтау мен қайта өңдеу, өндіру бағытында енгізу негізінде шешуге болады.

Тамақ өнеркәсібі Қазақстанның агроөнеркәсіп кешенінің маңызды саласы болып табылады. Оның тиімді жұмыс істеуі мемлекеттің экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етуге және халықтың өмір сүру деңгейін жоғарлатуда маңызы зор, себебі мемлекетіміздің материалды өндіріс саласының өнімдерінің жаплы көлемінде шамамен 12% тамақ өнеркәсібіне тиесілі [2].

1990-1998 жж республикамыздағы тағам өнімдерінің өндірісі дағдарыс жағдайында болатын. Мемлекет экономикасының нарық қатынастарына көшу кезінде агроөнеркәсіп кешендері серіктестерінің арасындағы байланыстар үзілді, ауылшаруашылық өнім өндірушілер мен қайта өңдеу өнеркәсіптерінің арасындағы келісім қатынастары бұзылды. Қайта өңдеу өнеркәсіптерінде ауылшаруашылық шикізаттарының жетіспеуі олардың өнімділік қуаттылығының тек 40-50% жүктелуінің себебі болды, бұл өз алдына қаржылық жағдайдың нашарлауына, ал кей мысалдарда өндірістердің жабылуына әкелді. Мемлекетіміздің тағам өнеркәсібі төмен рентабельділіктен шығындыға айналды.

Қазақстанның нарықтық экономикаға көшуі маңызды мәселелердің қатарына тағам өнімдерінің қауіпсіздігін қамтамасыз етуді қосты. Бұл бірнеше жағдайларға байланысты: біріншіден, агроөнеркәсіп кешендерінің өндірісінің төмендеуі тағамдық нарықтағы жағдайды ушықтырды; екіншіден, импорттық азық-түлік тағамдары отандық тауарларды шектете бастады; үшіншіден, елімізге сапасыз, кейде денсаулыққа зиян тағам өнімдері келе бастады; төртіншіден, тұтынушылық қабілеті төмендегендіктен халықтың кейбір бөлігіне барлық тауар түрлері қолжетімді болмады.

Қазақстан Республикасының Статистика Агенттігінің мәліметтері бойынша 2000 жылы халықтың 31,8% табысы өмір сүрудің ең төменгі шегінен аз болған. Ақуыз, май және көмірсу қатынасы, микроэлементтер, дәрумендер бойынша тағамның теңестірілмеген болуы республикада эндокриндік жүйе, ас қорыту жүйесі ауруларының, зат алмасудың бұзылуының және иммунитеттің төмендеуінің, туа біткен аурулардың, өмір сүру жасының төмендеуінің себебі болды.

Бұған қоса, БҰҰ халықаралық ұйымы адамзаттың назарын ғаламдық кедейлікке, үнемі өсіп келе жатқан демографиялық қысымға, өмір сүруге қолайлы ортаның жойылуына аударып отыр. Осы жағдайларды ескере отырып, тағам өнімдерінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету жалпы адамзаттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің бір бөлігі болып табылады [3].

Тағам өнімдерінің қауіпсіздігі - бұл экономиканың әрбір тұтынушыға ғылыми дәлелденген тағам нормаларының қолжетімділігінің кепілдік беруі, және осы негізде адамдық потенциалдың өсуіне жағдай жасалады.

Тағам өнімдерінің қауіпсіздігі мемлекеттің азық-түлік тағамдарымен өзін-өзі қамтамасыз етуді және жетіспегенін сырттан әкелуге жағдай жасауды қарастырады. Екі маңызды ұғымды ажыратып алу керек: тағам өнімдерінің физикалық және экономикалық қолжетімділігі.

Физикалық қолжетімділік деп тағам өнімдерінің төлемге қабілетті сұранысқа сәйкес көлемде және ассортиментте тұтыну орындарына үзіліссіз түсуі.

Тағам өнімдерінің экономикалық қолжетімділігі түрлі деңгейдегі халықтың қажет көлем мен ассортиментте азық-түлік тағамдарын ағымдағы бағамен немесе арнайы тұтынушыларға көмек ретінде мемлекеттен бөлінетін қаражат арқылы сатып алу мүмкіндігімен сипатталады. Сандық және сапалық жағынан халықтың тұтыну деңгейінің төменгі шегі ретінде ең аз тұтынушы себегінің бағасын қарастыруға болады, ол белгілі тауарлар мен қызметтердің жиынтығы болып табылады. Қазақстан Республикасының "Өмір сүрудің төменгі шегі" туралы заңда тұтынушы себегін статистика жөніндегі мамандар денсаулық сақтау бойынша құзырлы құрылымдармен анықталатын азық-түлік тағамдарын тұтыну бойынша ғылыми нақтыланған физиологиялық нормалар арқылы есептейді деп көрсетілген.

Өмір сүру деңгейінің төменгі шегінің құрылымына тағамдық өнімдерге 70%, ал тағамдық емес тауарлар мен қызметтерге 30% келеді. Нан және нан өнімдеріне 12,3%, сүт пен жұрмыртқа, жануар және өсімдік тектес майға 20,6%, ет пен балыққа 20,6%, картоп және көкөніске 11,1%, қант, шай, татымдықтарға 5,4% келеді.

Сүт өнеркәсібінің 1993 жылы қаңтар айындағы өндірістік техникалық базасы 186 кәсіпорын мен сүтті қабылдау және өңдеу цехынан құралды. Тәуелсіздіктің алғашқы онжылдығында өндіріске келетін сүт көлемінің азаюы байқалады: 1990 ж - ауыл шаруашылығында алынған сүттің 58%, 1992 - 41, 1993 - 40,2, ал 1994 ж. шамамен 10%. 1993-1999 жж. күнделікті сұраныстағы өнімдердің өндірілуі күрт төмендеді. Сүттің шикізат және қуат көзі ретінде қымбаттау әсерінен бағалар тым шарықтап, тұтас сүт өнімдерінің тұтынуының төмендеуіне әкелді. Шағын зауыттардың көбеюі және сүттің тікелей шаруашылықтар мен халыққа жеткізуі, республикадағы жағымсыз эпидемиологиялық жағдайда адамдарға қауіпті болды.

Малды өндейтін өнеркәсіптің жұмысының бәсеңдеуіне мал санының азаюы және ауылдағы меншік түрінің өзгеруі әсер етті. Бүгінде мал басының 85% жоғары бөлігі жеке шаруалардың иелігінде болса, қалған 15% ғана ауыл шаруашылық өнеркәсібі мен шаруа қожалықтарының иелігінде. Бұл жағдай республикадағы мал шаруашылығының дамуында жақсы әсер еткенімен, малды тіркеу, дайындау және өндірістік өңдеу бойынша бірқатар мәселе туындатты, және міндетті зооветеринарлық шараларды өткізу мен ұйымдастыру бойынша жағдайды нашарлатты.

2000 жылдардан бастап отандық тағам өнімдерін өндіру және Қазақстан халқын олармен қамтамасыз ету өзекті мәселеге айнала бастады. Себебі, 2000 жылдармен салыстырғанда 1990 жылдары етті

тұтыну 29 кг көп болған, сүт - 76 кг, жұмыртқа - 123 дана. 2000 жылдары тағам өнімдерін тұтыну 1990 жылмен салыстырғанда біршама төмен деңгейде және ғылыми негізделген нормаларға сәйкес емес. 1998 жылғы тағам өнімдерін тұтыну тіпті тұтыну деңгейінің ең төменгі шегіне де жетпеген, тек нан өнімдері мен сүт қана қалыпты жағдайды ұстап қалған.

1997-1998 жылдары тағам өнімдерінің тұтынуының күрт төмендеуінің негізгі себебі бұқараның төлем қабілетінің төмендеуі, ол - бағаның өсуі мен халықтың нақты табысының төмендеуінің нәтижесі. Бұл әлеуметтік мәселеден саяси мәселеге ұласты. 2002 жылы республикадағы негізгі тамақ түрлерінің дама басына шаққандағы тұтыну мөлшері тамақтану Институтының ұсынылған нормаларынан төмен болып қала берді (кесте. 1.3) [4].

Егер негізгі тағам өнімдерінің тұтынуында импорттың үлесін қарастыратын болсақ, ол аса көп емес - 3,4-10,5%. Ал терең өндеуді қажет ететін ет, сүт

өнімдері, жануар майы, басқа майлар қарастыратын болса, онда импорт үлесі белгілі дағдарыс деңгейінен асып түседі (кесте 1.4) [5].

Тәуелсіздіктің алғашқы он бес жылының статистикасының мәліметі бойынша Қазақстанның тағам өнімдерінен негізгі импорттер Ресей болып табылады. Ол импорттың шамамен 42% иеленіп, елімізге ет, етөсімдік консервалары, шұжық және кондитер өнімдері, тағамдық ашытқылар секілді өнімдермен қамтамасыздандырған. Күс еті негізінен АҚШтан тасылды. Бұл елдің импортының үлесі 3,8% құрады. Германиядан қоспамай өнімдері, солод, сүтқышқыл өнімдері енгізілген. Украина өсімдік және сары май, какао мен қант жеткізіп отырған.

Сонымен қатар, жыл сайынғы өндіріс көлемінің өсімімен бірге ауылшаруашылық өнімдерінің импортының экспорттан басымдылық жағдайы сақталып отырғанын назарға салу керек. Отандық тауар өндірушілерге шетелдік тағам өнімдерін

Кесте 1.3. Адам басына шаққандағы тағам өнімдерін тұтыну, кг

Тауар атауы	Ұсынылған мөлшер	1990 ж.		2002 ж.	
		Нақты тұтыну	Оның ішінде импорт өнімдері	Нақты тұтыну	Оның ішінде импорт өнімдері
Ет және ет өнімдері	82	73	0,8	45	4,7
Балық және балық өнімдері	17	10,3	-	8,6	2,7
Сүт және сүт өнімдері (сүтке қайта есептегенде)	405	311	20,2	232	18,4
Жұмыртқа (дана)	299	225	0,9	113	6,0
Өсімдік майы	13	11,2	5,3	12,6	7,1
Көкөністер және асқабақ тұқымдастар	146	76	3,0	81	2,7
Картоп	100	86	0,7	65	0,9
Қант	38	38	14,9	21,7	6,8
Жеміс пен жидектер (шарапқа өңделмеген)	80	23	3,5	21	0,9
Нан өнімдері (нан, макарон өнімдері ұнға қайта есептелген), ұн, дақылдар, бұршақ тұқымдастар	95	148	-	120	6,6

Кесте 1.4. Тағам өнімдерін өндіру және импорт, мың. т

Тауар атауы	1995				2002			
	Барлығы	Оның ішінде		Импорт үлесі, %	Барлығы	Оның ішінде		Импорт үлесі, %
	өндіріс	импорт	өндіріс			импорт		
Бидай ұны	1577	157	1,9	0,1	1029,6	1028,0	1,6	0,2
Май және өсімдік майы	58	44	14,4	25	175,2	74,1	101,1	58
Қант	317	113	204,5	65	681,8	345,5	336,3	49
Шұжық өнімдері	35	35	0,4	1	18,0	9,0	9,0	50
Ет консервлері		1,5			3,4	0,2	3,2	94
Сүтке есептелген сүт өнімдері	280	279	0,5	0,2	53,2	47,9	5,3	10
Сары май	34	30	3,6	11	11,0	3,9	7,1	65
Ірімшік пен сүзе	12	12	0,3	2	7,1	5,5	1,6	23
Қоспа май өнімдері		3	2,7	47	26,9	16,9	10,0	37
Какао қосылған және қосылмаған кондитер өнімдері	43	29	14,4	33	72,1	32,7	39,4	55

өңдейтін компаниялармен бәсекелестік жүргізуге мәжбүр болған. Импорттық тағамдар көп жағдайда, өнімнің сапасы жағынан кем түскенімен, өңдеу мен қаптаудың заманауи технологиясы жағынан басым түсіп отырған. Сондықтан олар сақтау мерзімінің ұзақтылығын қамтамасыз етіп, сол арқылы сапаны сақтауға қол жеткізген. Оған қоса, өңдеудің заманауи технологиясы өндіру, қайта өңдеу және сақтау кезіндегі жоғалтуларды азайтқан.

2004 жылдан бастап жалпы сала ойынша рентабельділік деңгейінің 0,3% бастап 1,5% дейін өсімі байқалған. Тағам өнімдерінің сала ішілік өндірісінде рентабельділік өсімі 2004 жылдың қорытындысы бойынша келесідей: жеміс пен көкөніс өңдеу 5,2 %, майлы дақылдарды өңдеу 4,8, сүт өнімдерін өндіру 0,2 %. 2004 жылы 2002 жылмен салыстырғанда ауылшаруашылық шикізатының (оның жалпы өндіру көлемінен) өңдеу үлесі ұлғайған: сүт 10,8 % ден 20,5 %, ет 13,6 ден 15,2%, дәнді дақылдар 18,8 ден 27,9%, майлы дақылдар 50,4 ден 98,1 %.

2005 жылдың 5 айында маңызды өнім түрлерінің импорты айтарлықтай төмендеген: ет консервалары 60,9 дан 49,6 %, сары май 48,9 дан 42, қызанақ консервалары 64,1 дан 59,9 % [1].

Ұнның экспорты 35,2 % дейін, ет консервалары 12,2, жеміс-көкөніс консервалары 19,4, қызанақ консервалары 7,7 %, сары май 2,4 есе өскен.

2003-2005 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының Мемлекеттік агроөндірістік бағдарламасы аясында екі бюджеттік бағдарлама жүзеге асырылды: екінші деңгейлі банктердің ауылшаруашылық өнімдерін өңдейтін өндірістерге олардың айналым қаражатын толықтыру мақсатымен берілетін несиелердің сыйақы мөлшерлемелеріне субсидиялау, және құрылғыны несиелеу лизингісі. 2003-2004 жылдары 1,2 млрд. теңге орташа сыйақы мөлшерлемесі 3,1% болатын құрылғыны несиелеу лизингісіне бөлінген, олар еліміздің 5 аймағынан 11 өндірістің негізгі жабдықтарын жаңартуға бағытталған.

Ауылшаруашылық өнімдерін өңдейтін салалардың қазіргі жағдайы тұрақтылықпен сипатталады және келешетке даму үшін маңызды потенциал болып табылады. Тағам өнеркәсібі нарықтың қажетті деңгейде дамыған бөлігі болып табылады, ол жыл сайын өндіріс көлемінің ұлғаю үрдісімен сипатталады.

Тәуелсіздік жылдарының дағдарысынан кейін тамақ өнеркәсібінің негізгі даму бағыттары:

- өндіріс салаларын технологиялық қайта жабдықтау;

- агроөнеркәсіп кешендерінің өнімдерін өндіретін, өңдейтін және жүзеге асыратын өзара байланысқан жүйесін жасау;

- ауылшаруашылық шикізатына қайта есептегенде АӨК соңғы өнімінің ақшалай ұғымдағы шығарылымын өсіру;

- ауылшаруашылық өнімдерін өндіретін, өңдейтін, сақтайтын және сататын қаржылай-өндірістік топтар, концерндер, агрофирмалар түріндегі агроөнеркәсіптік өзара байланысты дамыту;

- өнімнің шығарылымын жоғарлататын жаңа технологияларды енгізу;

- отандық өндірістегі жаңа тағам өнімдерін жасау;

- отандық өнімдердің сапасын жоғарлату;

- қазіргі таңда шет елден сатып алынып жатқан өнім түрлерін өндіре алатын отандық өндірушілерге мемлекеттен қаржылай қолдау.

Сапа дегеніміз өте күрделі ұғым, және оны қамтамасыз ету үшін шығармашылық серпіннен бастап күнделікті қолданысқа көшкенге дейін көп саланың мамандарының ғылыми ізденісін қажет етеді. Сапаны жетілдіру үздік жүретін үрдіс және ол әр кез жаңалықты күтеді. Ол жаңалықтар тиімді басқарудан, яғни жаңа технологиялар мен білікті мамандар тоғысынан шығады.

Қазіргі кезде көпшілік кәсіпорындар сапа менеджмент жүйесін енгізуге ұмтылуда. Сапа менеджмент жүйесінің талаптары ISO сериялы стандарттарында көрсетілген. Талаптардың негізі ол тұтынушының максималды қанағаттандырылуы болып табылады. Ол үшін сапа менеджмент жүйесі енгізіледі. Бұл жол қиын болғанмен, сапа менеджмент жүйесінің беретін нәтижесі өте зор. Сапа менеджмент жүйесі қызығушы тараптардың қажеттіктері, күтулер мен талаптарын қанағаттандыратын сапа саласы мақсаттарға сәйкес нәтижелерге жетуге бағытталған, ұйымның сапа менеджментінің бөлігі болып табылады. Сапа саласындағы мақсаттар ұйымның дамуымен, қаржыландыру, пайдалылығын, қоршаған орта, еңбекті қорғау және қауіпсіздікпен байланысты басқа мақсатпен толықтырылады.

Сапа менеджмент жүйесін құру үшін ұйымның стратегиялық шешімі қажет етіледі. Ұйымның сапа менеджмент жүйесін жобалауға және енгізуге өзгеріп отыратын сұраныстар, әсіресе мақсаттар, өндірілетін өнім, қолданылатын үрдістер, ұйымның көлемі мен құрылымы әсер етеді.

Сапа менеджмент жүйесін енгізу негізі:

- жақсы нәтижеге жету үшін үрдістік және жүйелік менеджментті қолдану;

- жақсы жоспарланғандықтан өзінің қорларының шығынын азайтып, уақытын үнемдеу;

- кәсіпорынның жақсы атақ алуы және тұтынушылардың көбейуі;

- нарықта кірістің өсуі;

- қолайлы үрдістер арқылы кәсіпорынның қаржы мәселесінің жақсаруы;

- кәсіпорын мен жеткізушілердің арасындағы қарым-қатынастардың тез арада жақсаруы;

- басшының сапаға қосатын үлесі арқылы жұмыстарының жақсаруы;

- өнімнің сапасының жақсаруы болып табылады

Бұдан басқа да сапа менеджмент жүйесінің енгізілуінің тиімділігі:

- тұтынушылардың қанағаттандырылуы;

- қоғамдық талаптардың орындалуы;

- қызғушы талаптардың кәсіпорынға сенім артуы;

- өнім қауіпсіздігін қамтамасыз ету және сапа үрдістерін жақсарту;

- жұмысшылардың дайындығын жақсарту;

- нақты мақсаттары арқылы кәсіпорын жұмысшыларының сенімінің артуы;
- халықтың сенімін жаулап алу;
- қаржының және өндірудің бірқалыптылығы;

Қазақстанда шығарылған тауарлар өзінің технологиялық дәрежесі бойынша қаншалықты жоғары болғанымен, дүниежүзілік нарықта бәсекесіз болады. Өйткені өнімді шығару үшін көптеген шикізат және қаржы жұмсалады, нәтижесінде бағасы өте жоғары болады. Бұл мәселені шешу сапа менеджмент жүйесін енгізу қажет және де сапа менеджмент жүйесін ұдайы жақсартуды көздеу тиімді.

Сапа саласындағы нысандар мен құбылыстардың жан-жақты толық дамуы азық-түліктің сапа анализін дамыту әдістемеліктерінде, сонымен қатар сапаны жақсарту жұмыстарының ұйымдастырылуында болып отыр. Сапаның толық жүйедегі позициядан жұмыс түрлерінің сұрақтары сапаның жүйелі-комплекті менгеру жүйесі идеясын қолдануға әкеп соқты.

Ауылшаруашылық азықтың сапасын менгеруін басқару керек, осыған байланысты шығарылған тағамның сапасын ғана емес, өндіру технологиясын да насихаттау керек. Нормативтік құжаттарда көрсетілген қауіпсіздік талаптарына сәйкес жасалған жоғары сапалы өнімнің шығуын, барлық технологиялық байланыстар бойынша бақылап отыру қажет. Азықтың өндірілуін білу және

технологиялық параметрлерді қадағалап отыру оның сапасын бақылап отыруды қарастырады.

Список литературы

1. Ельцова О.П. О проблемах формирования молочного кластера Казахстана // Пищевая и перерабатывающая промышленность Казахстана. - 2005. - № 3. - С. 12-13.
2. Смаилова А.А. Внешняя торговля и совместное предпринимательство Республики Казахстан. Алматы: Агентство РК по статистике. 2001. С. 72-73.
3. Уразова Р. Итоги развития пищевой и перерабатывающей промышленности за 2003 год и перспективы на 2004 год // Пищевая и перерабатывающая промышленность Казахстана. 2004. № 1. С. 4-5.
4. Курмангалиев С.Г., Искендинова Г.К., Джаманкулова Д.М. Биотехнология - одно из основных производств в решении обеспечения населения продовольственной продукцией // Стратегия развития пищевой и легкой промышленности: Матер. Междунар. науч.-практ. конф., г. Алматы, 4 июня 2004 г. - Алматы: АТУ. 2004. Ч. 1. С. 188-190.
5. Жапаров К.Ж., Чашин В.К. Продовольственная безопасность республики Казахстан // Пищевая промышленность. 2004. С. 56-57.

Антон КУРИЛКИН, преподаватель кафедры Менеджмента и бизнеса, Карагандинский государственный индустриальный университет, 101400, г. Темиртау, пр. Республики, 30, smokie81@mail.ru, +7774211907

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА МАЛОГО БИЗНЕСА В КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрена динамика развития малого бизнеса в Республике Казахстан. Проанализированы динамика и структура малого бизнеса в Карагандинской области. Показана необходимость государственной поддержки малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, малое предпринимательство, субъекты малого бизнеса, юридические лица, индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Антон КУРИЛКИН, Менеджмент және бизнес кафедрасының оқытушы, Қарағанды мемлекеттік индустриялық университеті, 101400, Теміртау қ., Республика даң. 30, smokie81@mail.ru, +7774211907

ҚАРАҒАНДЫ ОБЛЫСЫНДА ШАҒЫН БИЗНЕСТІҢ СЕРПІНІ ЖӘНЕ ҚҰРЫЛЫМЫ

Мақалада Қазақстан Республикасында шағын бизнесінің даму серпінін қаралған. Қарағанды облысында шағын бизнестің серпіні және құрылымы талданған. Шағын бизнестің мемлекеттік қолдауын қажеттілік көрсеткен.

Түйінді сөздер: шағын бизнес, шағын кәсіпкерлік, шағын бизнестің субъектілері, заңды тұлғалар, жеке кәсіпкер және (фермерлік) шаруа шаруашылықтары.

Anton KURILKIN, tutor of Management and Business department, Karaganda state industrial university, 101400, Temirtau, Republic Av., 30, smokie81@mail.ru, +7774211907

DYNAMICS AND STRUCTURE OF SMALL BUSINESS IN THE KARAGANDA REGION

In the article considered the dynamics of the development of small business in the Republic of Kazakhstan. Analyzed the dynamics and the structure of small business in the Karaganda region. Shown the necessity of state supporting of small business.

Keywords: small business, small entrepreneurship, small business entities, legal entities, individual entrepreneurs and peasant (farmer's) economies.

Постановка проблемы. Развитие малого предпринимательства в Казахстане является одним из условий успешного реформирования экономики. Создание и развитие сектора малого предпринимательства является основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Данная работа во многом обусловлена потенциалом малого и среднего предпринимательства как движущей силы становления и развития рынка.

Политика Казахстана в отношении частного предпринимательства нацелена на формирование среднего класса, путем развития малого предпринимательства, ориентированного на создание новых высокотехнологичных производств с наибольшей добавленной стоимостью.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. В значительной степени современные проблемы малого предпринимательства свидетельствуют о недостатках государственного управленческого воздействия, необходимость которого сама по себе бесспорна. Не случайно

проблематика малого предпринимательства постоянно рассматривается на всех уровнях власти.

Поэтому исследования данного сектора в целом остаются актуальными. В совокупности проблем малого предпринимательства насущной задачей представляется исследование государственного регулирования, в том числе, государственной поддержки малого предпринимательства.

Цель исследования заключается в том, чтобы рассмотреть динамику и структуру малого бизнеса Карагандинской области и на их основе показать необходимость государственной поддержки малого предпринимательства.

Основные результаты исследования. В данный момент в Республике Казахстан в сфере малого бизнеса занято около 1 млн. человек. Предприятия малого предпринимательства формируют 11 % бюджета страны, их доля в ВВП составляет 17%, устойчиво и увеличивается объем инвестированных в них средств (таблица 1). По доле в ВВП малое предпринимательство занимает II место, после нефтяного сектора [1].

Таблица 1 - Показатели малого бизнеса в Казахстане

Показатели малого бизнеса	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Доля занятых в малом бизнесе, в %	23,9	23,1	20,6	20,0	21,1
Доля малого бизнеса в ВВП, в %	20,4	20,2	17,5	16,8	17,0
Доля малых предприятий в численности хозяйствующих субъектов, в %	92,2	92,0	90,0	88,1	94,3

Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

В данное время в Казахстане в малом предпринимательстве задействовано 1,9 млн. человек. При этом его доля в экономически активном населении страны составляет 21,1%. Это гораздо ниже развитых стран. В странах Евросоюза в малом предпринимательстве задействовано более 50% работников, а в Италии, являющейся лидером по данному показателю он составляет 90% от всех занятых. В Японии общая численность занятых в частном предпринимательстве составляет 72%, а в США превышает 80%. В среднем же, по миру согласно данным ООН, в малом и среднем бизнесе занято практически 50% экономически активного населения, производящего 40-60% валового внутреннего продукта, в то время как, в республике Казахстан малым и средним бизнесом в совокупности производится лишь 20% ВВП.

Субъектами малого предпринимательства в Казахстане, согласно Закону "О частном предпринимательстве" от 31 января 2006 года, являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица со среднегодовой численностью работников не более пятидесяти человек и юридические лица, осуществляющие частное предпринимательство, со среднегодовой численностью работников не более пятидесяти человек и среднегодовой стоимостью активов за год не свыше шестидесятитысячекратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете на 1 января соответствующего финансового года [2]. Они подразделяются на:

- юридические лица;
- индивидуальных предпринимателей;
- крестьянские (фермерские) хозяйства.

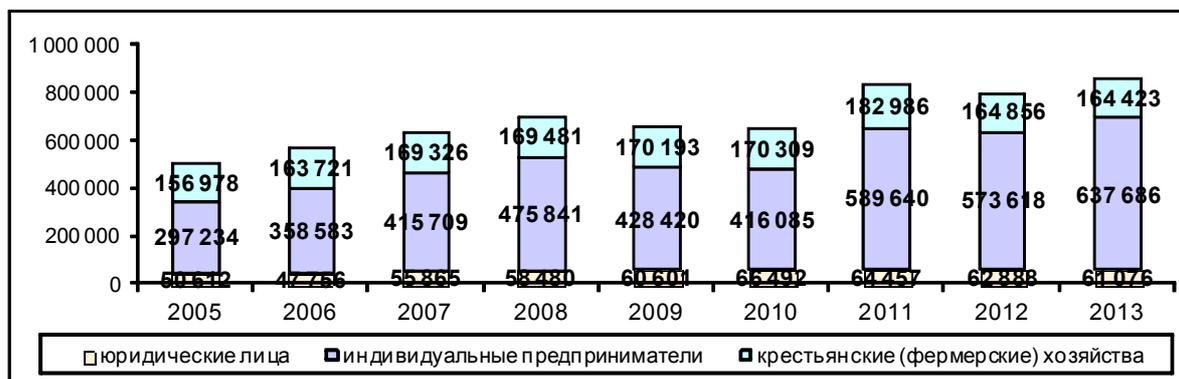
Важно оценить состояние развития малого предпринимательства в Казахстане, рассмотреть динамику количества субъектов малого бизнеса,

численность занятых в нем, а также выпуск продукции.

Согласно данным Агентства республики Казахстан по статистике количество зарегистрированных субъектов малого предпринимательства в 1999 году составляло 30 172 единиц. С каждым годом оно увеличивалось, к 2005 году уже возросло в 16,7 раза и составило 504 824 единиц. Из них: юридические лица составляли 50 612, индивидуальные предприниматели - 297 234, а крестьянские (фермерские) хозяйства - 156 978. Далее с каждым годом количество субъектов малого бизнеса продолжало расти. В 2006 году оно составляло 570 060, в 2007 году - 640 900, в 2008 году - 703 802. Влияние глобального экономического кризиса негативно отразилось на активности субъектов малого бизнеса. Как вследствие, в 2009 году их количество сократилось до 659 214, а в 2010 году - до 652 886. В 2011 году тенденция переломилась и количество субъектов малого предпринимательства составило 837 083, в 2012 году оно незначительно сократилось до 801 362. К 2013 году численность субъектов малого бизнеса снова возросла и составила уже 863 185 единиц.

По видам экономической деятельности наибольшее количество активных субъектов малого предпринимательства по итогам 2013 года приходится на оптовую и розничную торговлю, ремонт автомобилей и мотоциклов - 377 364 единиц. Это характерно и для юридических лиц (19 652 ед.), и для индивидуальных предпринимателей (357 712 ед.). Со значительным отставанием за ней следует сельское, лесное и рыбное хозяйство - 168 721 единиц. Численность представителей малого бизнеса, занимающихся другими видами экономической деятельности, менее значительна.

Более подробно общая динамика численности субъектов малого бизнеса в Казахстане с 2005 по 2013 год представлена на рисунке 1.



Примечание - Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

Рисунок 1 - Динамика количества активных субъектов малого предпринимательства Казахстана

Таким образом, динамика активных субъектов малого предпринимательства Казахстана, начиная с 2005 года, показывает общую положительную тенденцию роста. Если в 2005 году их количество составляло 504 824 единицы (из них: юридические лица 50 612, индивидуальные предприниматели - 297 234, крестьянские (фермерские) хозяйства - 156 978), то в 2013 году оно увеличилось до 863 185 единиц (из них: юридические лица 61 076, индивидуальные предприниматели - 637 686, крестьянские (фермерские) хозяйства - 164 423). В целом за прошедшие 8 лет общее количество субъектов малого бизнеса увеличилось в 1,7 раза. При этом, если количество крестьянских (фермерских) хозяйств практически не изменилось, юридических лиц - увеличилось только на 20,7%, то число индивидуальных предпринимателей возросло значительно - на 114,5%.

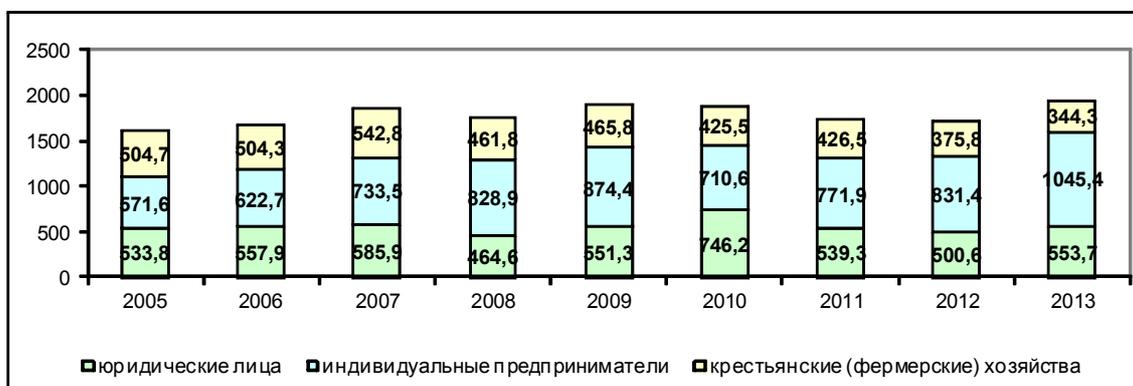
Анализ численности занятых в малом бизнесе также показывает общий положительный рост количества занятых. В 1999 году их количество составляло 340,7 тыс. человек. К 2005 году оно увеличилось в 4,7 раза и составило 1 610,1 тыс. человек. Последующие два года количество занятых в малом бизнесе продолжало расти. В 2006 году оно составляло 1 684,9 тыс. чел., в 2007 году - 1 862,2 тыс. чел. В 2008 году их количество сократилось до 1 755,3 тыс. чел., а в 2009 году вновь увеличилось уже до 1 891,5 тыс. чел. Следующие три года количество занятых в малом предпринимательстве Казахстана снижалось. В 2010 году оно составило 1 882,3 тыс. чел., в 2011 году - 1 737,7 тыс. чел., а в 2012 - 1 707,8 тыс. чел. Только в 2013 году количество занятых в малом бизнесе увеличилось до 1 943,4 тыс. чел.

Наибольшее количество активно занятых в малом предпринимательстве по видам экономической деятельности по итогам 2013 года приходится также, как и в случае с численностью субъектов малого бизнеса, на оптовую и розничную торговлю, ремонт автомобилей и мотоциклов - 684 168 человек. Это относится и к юридическим лицам (117 663 человек), и к индивидуальным предпринимателям (566 505 человек). Со значительным отставанием за ней следует сельское, лесное и рыбное хозяйство - 367 216 человек. Численность занятых в других видах малого предпринимательства менее значительна.

Несмотря на колебания динамики численности занятых в малом предпринимательстве Казахстана, в целом, начиная с 2005 года, их общее число возросло на 20,7%. Если в 2005 году их количество составляло 1 610,1 тыс. чел. (из них: юридические лица 533,8 тыс. чел., индивидуальные предприниматели - 571,6 тыс. чел., крестьянские (фермерские) хозяйства - 504,7 тыс. чел.), то в 2013 году оно увеличилось до 1 943,4 тыс. чел. (из них: юридические лица 553,7 тыс. чел., индивидуальные предприниматели - 1 045,4 тыс. чел., крестьянские (фермерские) хозяйства - 344,3 тыс. чел.). При этом, количество занятых в крестьянских (фермерских) хозяйствах малого бизнеса сократилось на 31,8%, занятых у юридических лиц осталось практически без изменений, а число занятых у индивидуальных предпринимателей возросло значительно - на 82,9%.

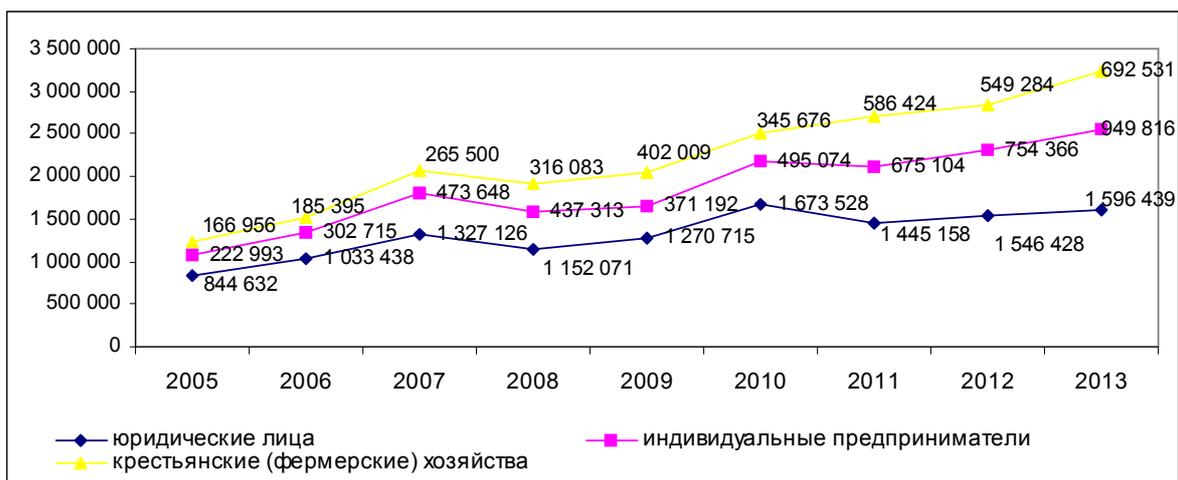
Выпуск продукции субъектами малого бизнеса также увеличился. В 2000 году он составлял только 87 567 млн. тенге. К 2005 году данный показатель возрос в 14,1 раза и составил 1 234 581 млн. тенге. Последующие два года он продолжал расти. В 2006 году составлял 1 521 548 млн. тенге, в 2007 году - 2 066 274 млн. тенге. В 2008 году выпуск продукции сократился до 1 905 467 млн. тенге, а в 2009 году вновь возрос до 2 043 916 млн. тенге. Последующие года выпуск продукции субъектами малого предпринимательства Казахстана постепенно увеличивался. В 2010 году он составил 2 514 278 млн. тенге, в 2011 году - 2 706 686 млн. тенге, а в 2012 - 2 850 078 млн. тенге, а в 2013 году достиг максимальной отметки в 3 288 786 млн. тенге.

По видам экономической деятельности в 2013 году наибольший выпуск продукции субъектами малого предпринимательства наблюдается также в оптовой и розничной торговле, ремонте автомобилей и мотоциклов - 890 843 млн. тенге. Справедливо это и в отношении юридических лиц (416 893 млн. тенге), и в отношении индивидуальных предпринимателей (473 950 млн. тенге). С незначительным отставанием от нее следует сельское, лесное и рыбное хозяйство - 781 609 млн. тенге и строительство - 422 157 млн. тенге. Выпуск продукции субъектами малого бизнеса, занимающимися другими видами экономической деятельности, менее значителен.



Примечание - Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

Рисунок 2 - Динамика численности занятых в малом предпринимательстве Республики Казахстан (в тыс.чел.)



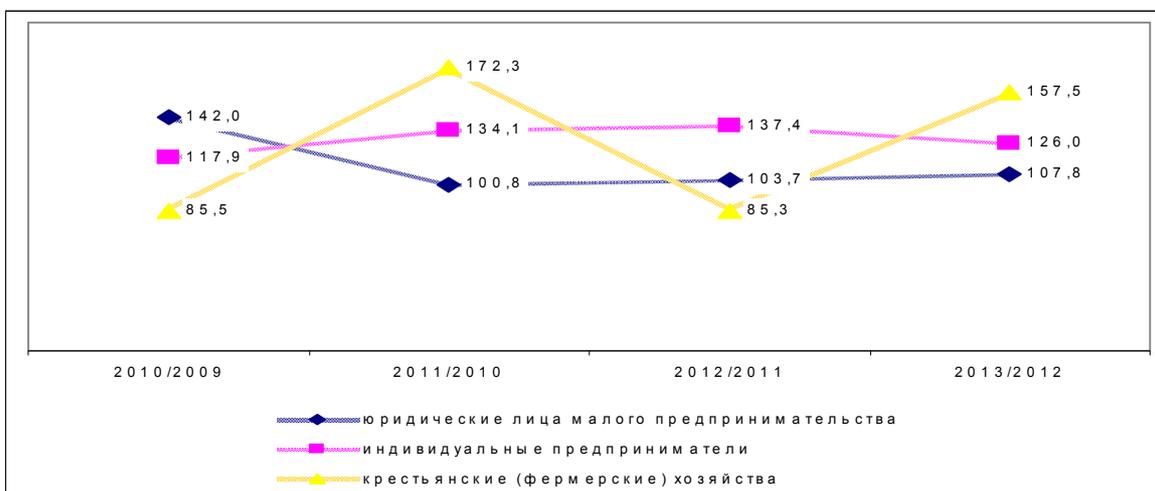
Примечание - Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

Рисунок 3 - Динамика выпуска продукции в малом предпринимательстве Республики Казахстан (в млн. тенге)

Динамика выпуска продукции всеми субъектами малого предпринимательства показывает общую положительную тенденцию роста с 2005 года по 2013 год в 2,7 раза. Если в 2005 году выпуск продукции составлял 1 234 581 млн. тенге (из них: юридические лица 844 632 млн. тенге, индивидуальные предприниматели - 222 993 млн. тенге, крестьянские (фермерские) хозяйства - 166 956 млн. тенге), то в 2013 году данный показатель составил 3 288 786 млн. тенге (из них: юридические лица 1 596 439 млн. тенге, индивидуальные предприниматели -

949 816 млн. тенге, крестьянские (фермерские) хозяйства - 742 531 млн. тенге). При этом, если выпуск продукции юридическими лицами увеличился только в 1,9 раза, то индивидуальными предпринимателями - в 4,3 раза, а крестьянскими (фермерскими) хозяйствами - в 4,5 раза.

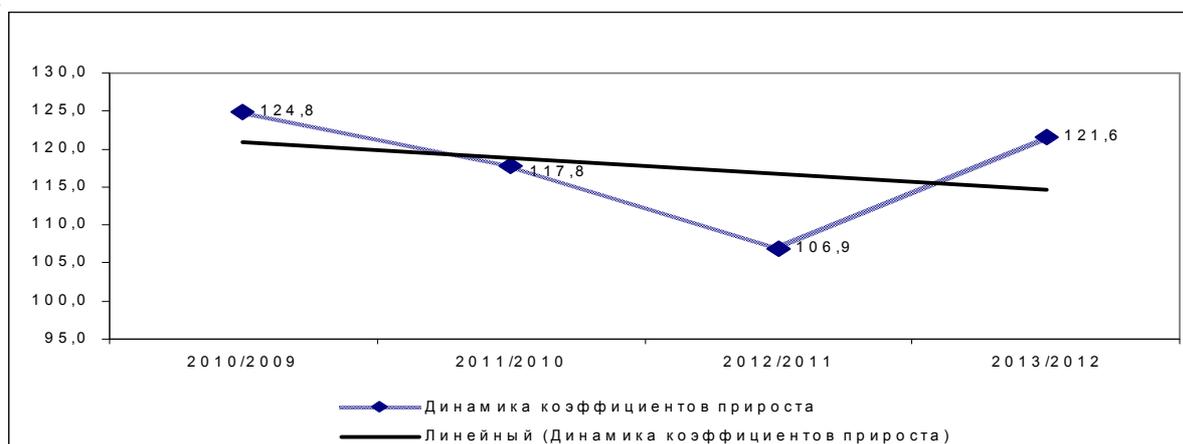
Таким образом, в динамике количества субъектов малого бизнеса Казахстана, численности занятых в нем, а также выпуске продукции наблюдаются общие положительные тенденции. Но в целом они не носят масштабного характера.



Примечание - Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

Рисунок 4 - Темпы роста выпуска продукции малого предпринимательства за 2009-2013 годы по категориям, в %

Наибольшие темпы роста были достигнуты крестьянскими хозяйствами в 2011 и 2013 годах - 72,3 и 57,5%, соответственно.



Примечание - Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

Рисунок 5 - Темпы роста выпуска продукции малого предпринимательства за 2009-2013 годы в целом, в %

Наибольший прирост выпуска продукции субъектами малого предпринимательства был зафиксирован в 2013 году и составил 21,6 процента.

Однако общая тенденция (показана линией тренда) отрицательная.

Количество субъектов малого бизнеса Карагандинской области представлено в таблице 2.

Таблица 2 - Количество субъектов малого бизнеса Карагандинского региона за 1998-2013 годы, единиц

Год	Количество, единиц	Из них юридические лица, единиц
1998	8 820	5 336
1999	9 807	5 984
2000	10 004	6 475
2001	10 560	7 116
2002	11 404	7 909
2003	12 101	8 484
2004	12 956	9 138
2005	13 912	9 861
2006	15 061	10 649
	15 061	
	15 061	
2007	16 376	11 797
2008	17 453	12 697
2009	18 382	13 401
2010	18 679	13 814
2011	19 744	14 756
2012	20 940	15 810
2013	22 245	16 841

Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

За пятнадцатилетний период общее количество субъектов малого бизнеса увеличилось более чем в 2,27 раза (с 9807 до 22245), при этом за последние 5 лет (18382 до 22245) в 1,21 раза (то есть на 21 %). За то время, как стали функционировать программы государственной поддержки малого бизнеса (с 2010 года) количество субъектов малого предпринимательства Карагандинского региона увеличилось с 18649 до 22245 единиц, что составляет 19% от их общего числа.

В таблице 3 представлено количество активных субъектов малого бизнеса в Карагандинской области за 2009-2013 годы.

Таблица 3 - Количество активных субъектов малого бизнеса в Карагандинской области в 2009-2013 гг., единиц

Наименование	2009	2010	2011	2012	2013
юридические лица малого предпринимательства	4563	4915	4567	4604	4665
индивидуальные предприниматели	32950	32525	37701	41190	51618
крестьянские (фермерские) хозяйства	5869	5973	6024	5223	5084
Итого	43382	43413	48292	51017	61367

Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]

В целом наблюдается положительная динамика роста, как общего количества субъектов малого бизнеса. Общее количество активных субъектов малого бизнеса в Карагандинской области за последнюю пятилетку увеличилось на 17985 единиц. Количество активных субъектов малого бизнеса в Карагандинской области возросло в 2013 году по сравнению с 2009-м годом на 102 единицы, в том числе за последний год увеличилось на 61 единицу. При этом общее количество активных индивидуальных предпринимателей выросло за последние 5 лет на 18668 единиц. Лишь количество крестьянских (фермерских) хозяйств сократилось на 785 единиц.

Ниже, в таблице 4, отражена численность занятых в малом бизнесе Карагандинской области за последние пять лет.

Аналогичная ситуация наблюдается и по общей численности занятых в малом бизнесе: занятых в юридических лицах малого бизнеса стало больше на 4,9 тысячи человек, число индивидуальных предпринимателей в Карагандинской области увеличилось на 20, 4 тысяч человек, а численность

занятых в крестьянских (фермерских) хозяйствах сократилась 7,5 тысяч человек. В общем же, прирост занятых в малом бизнесе в регионе за последние пять лет составил 18,8 тысяч человек.

В таблице 5 показан объем выпуска продукции субъектами малого бизнеса Карагандинской области в стоимостном выражении (млн. тенге)

За последние 5 лет выпуск продукции (товаров и услуг), произведенной субъектами малого бизнеса Карагандинской области, увеличился в 1,91 раза - с 129982 млн. тенге до 248322 млн. тенге, при этом увеличение произошло по всем категориям: выпуск продукции, произведенной юридическими лицами возрос с 75503 до 120800 млн. тенге, индивидуальными предпринимателями - с 25965 до 71078 млн. тенге, а крестьянскими (фермерскими) хозяйствами с 28514 до 56444 млн. тенге

Далее, в таблицах 6-8 можно проследить динамику малого предпринимательства Карагандинской области по зарегистрированным, действующим, а также активным юридическим лицам по видам экономической деятельности.

Таблица 4 - Численность занятых в малом бизнесе в Карагандинской области в 2009-2013 гг., тыс. человек

Наименование	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
юридические лица малого предпринимательства	47,3	60,5	59,3	57,1	53,2
индивидуальные предприниматели	69,7	76,2	62,7	71,9	90,1
крестьянские (фермерские) хозяйства	22,5	21,7	19,8	16,1	15,0
Итого	139,5	158,4	141,8	145,1	158,3
Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]					

Таблица 5 - Выпуск продукции (товаров и услуг) субъектами малого предпринимательства Карагандинской области за 2009-2013 гг., млн. тенге

Наименование	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
юридические лица малого предпринимательства	75503	107228	108095	112052	120800
индивидуальные предприниматели	25965	30612	41038	56400	71078
крестьянские (фермерские) хозяйства	28514	24375	42002	35840	56444
Итого	129982	162215	191135	204292	248322
Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]					

Таблица 6 - Динамика малого предпринимательства Карагандинской области за 2009-2013 годы по видам экономической деятельности (зарегистрированные юридические лица), единиц

Виды экономической деятельности	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Промышленность	1 413	1404	1537	1669	1 762
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	184	193	214	232	254
Строительство	2 301	2466	2643	2757	2919
Транспорт и связь	636	727	795	914	1023
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	6 278	6322	6663	7126	7529
Гостиницы и рестораны	161	144	146	167	191
Другие виды деятельности	2 428	2558	2758	2945	3163
Итого	13401	13814	14756	15810	16 841
Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]					

Количество зарегистрированных субъектов малого бизнеса Карагандинской области увеличилось за период с 2009 по 2013 год на 3440 единиц (с 13401 до 16841), при этом произошел рост по всем видам экономической деятельности. В промышленности количество зарегистрированных юридических лиц увеличилось на 349 единиц (с 1413 до 1762), в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве - на 70 (с 184 до 254) единиц, в строительстве - на 618 (с 2301 до 2919), в транспорте и связи - на 387 (с 636 до 1023) единиц, в торговле, ремонте автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования - на 1251 (с 6278 до 7529), в гостиничном и ресторанном бизнесе - на 30 единиц (со 161 до 191). По другим видам экономической деятельности количество зарегистрированных юридических лиц возросло за последнюю пятилетку на 735 единиц (с 2428 до 3163).

Таблица 7 - Динамика малого предпринимательства Карагандинской области за 2009-2013 годы по видам экономической деятельности (действующие юридические лица), единиц

Виды экономической деятельности	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Промышленность	1 008	1054	1079	1163	1 232
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	128	133	142	164	178
Строительство	1 828	2051	1862	1744	1889
Транспорт и связь	468	554	575	651	746
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	4 016	4244	3926	3902	3852
Гостиницы и рестораны	101	101	97	108	128
Другие виды деятельности	1 922	2043	2010	2071	2231
Итого	9471	10180	9691	9803	10 256
Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]					

Количество действующих юридических лиц, являющихся субъектами малого бизнеса Карагандинской области выросло за период с 2009 по 2013 год на 785 единиц (с 9471 до 10256), при этом произошел рост по 6 из 7 видов экономической деятельности. В промышленности количество действующих юридических лиц увеличилось на 224 единицы (с 1008 до 1232), в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве - на 50 (с 128 до 178) единиц, в строительстве - на 61 (с 1828 до 1889), в транспорте и связи - на 278 (с 468 до 746) единиц. В торговле, ремонте автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования число действующих юридических лиц сократилось на 1251 (с 4016 до 3852). В гостиничном и ресторанном бизнесе возросло на 27 единиц (со 101 до 128). В других видах экономической деятельности количество действующих юридических лиц выросло за последние пять лет на 309 единиц (с 1922 до 2231).

Таблица 8 - Динамика малого предпринимательства Карагандинской области за 2009-2013годы по видам экономической деятельности (активные юридические лица), единиц

Виды экономической деятельности	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Промышленность	493	493	466	528	544
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	87	87	85	94	92
Строительство	599	772	786	692	748
Транспорт и связь	256	333	308	350	398
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	1 936	1970	1673	1674	1568
Гостиницы и рестораны	56	56	48	57	68
Другие виды деятельности	1 136	1204	1201	1209	1247
Итого	4563	4915	4567	4604	4 665
Примечание – Составлено автором по данным Агентства РК по статистике [1]					

Количество активных юридических лиц, являющихся субъектами малого бизнеса Карагандинской области выросло за период с 2009 по 2013 год на 102 единицы (с 4563 до 4665), при этом также, как и у действующих, произошел рост по 6 из 7 видов экономической деятельности. В промышленности количество активных юридических лиц увеличилось на 51 единицу (с 493 до 544), в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве - на 5 (с 87 до 92) единиц, в строительстве - на 149 (с 599 до

748), в транспорте и связи - на 142 (с 256 до 398) единиц. В торговле, ремонте автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования число действующих юридических лиц уменьшилось на 368 (с 1936 до 1568). В гостиничном и ресторанном бизнесе возросло на 12 единиц (со 56 до 68). В других видах экономической деятельности количество активных юридических лиц выросло за последние пять лет на 111 единиц (с 1136 до 1247).

Выводы из данного исследования и перспективы последующих разработок в данном направлении. В целом, исходя из вышеизложенного, можно сказать, что за период 2009-2013 годы наблюдалась положительная динамика в росте количества субъектов малого бизнеса Карагандинского региона, за исключением крестьянских (фермерских) хозяйств. Также был зафиксирован значительный рост индивидуальных предпринимателей.

Стоит отметить, что хоть и можно проследить положительную динамику в увеличении количества юридических лиц по многим видам экономической деятельности, необходимо подчеркнуть, что она была в основном незначительная, особенно по активным и по действующим юридическим лицам Карагандинской области за рассматриваемый пятилетний период.

Для дальнейшего развития малого бизнеса и улучшения его показателей необходима государственная поддержка и содействие становлению, функционированию и развитию

предпринимательства, направленная на создание комплекса организаций, обеспечивающих формирование инфраструктуры предпринимательства. Государственная поддержка в области развития малого бизнеса для того чтобы быть результативной должна включать в себя государственное содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса, финансовую поддержку, информационно-аналитическую помощь, поддержку в области образования и повышения квалификации кадров, а также материально-техническую поддержку.

Список литературы:

1. Официальный сайт Агентства Республики Казахстан по статистике. - Режим доступа: www.stat.gov.kz.

2. Закон Республики Казахстан "О частном предпринимательстве" (с изменениями и дополнениями от 29.09.2014). - Режим доступа: www.zakon.kz.

ЛАРИОНОВА И.В. - д.э.н., профессор, зам. зав. кафедры "Банки и банковский менеджмент"
(Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва, Россия)

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются основные тенденции развития банковского сектора Российской Федерации в условиях влияния макроэкономических факторов. Проводится анализ эффективности использования кредитных ресурсов и их влияние на экономический рост. Выявлены основные проблемы, мешающие достижению целей инновационного развития российской экономики.

Ключевые слова: макроэкономические показатели, кредитные ресурсы, инвестиции, региональные банки

ЛАРИОНОВА И.В. - э.э.д, профессор, "Банктер және банктік менеджмент" кафедра меңгерушісі
(РФ Үкіметі қатысты Қаржы университеті, Мәскеу қ., Ресей)

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҮРАҚСЫЗДЫҚ ШАРТТАРЫНДАҒЫ РЕСЕЙ ФЕДЕРАЦИЯСЫНЫҢ БАНКТІК СЕКТОРЫ

Мақалада макроэкономикалық факторлары әсері шарттарындағы Ресей Федерациясы банктік секторының даму тенденциялары қарастырылған. Несиелік ресурстарын пайдалану тиімділігін және оның экономикалық өсімге әсерін талдауы келтірілген. Сонымен қатар, орыс экономикасының мақсатты инновациялық дамуына кедергі жасаушы мәселелерді анықтау қарастырылды.

Түйінді сөздер: макроэкономикалық көрсеткіштер, несиелік ресурстар, инвестициялар, өңірлік банктер.

LARIONOVA I.V. - PhD, Professor, assistant Head of the Department "Banks and bank management"
(Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)

BANKING SECTOR OF RUSSIAN FEDERATION IN THE CONDITIONS OF MACROECONOMIC INSTABILITY

The article describes the main trends in the Russian banking sector under the influence of macroeconomic factors. The analysis of the effectiveness of the use of credit resources and their impact on economic growth. The main problems that prevent the goals achievement of the Russian economy innovative development.

Keywords: macroeconomic indicators, loans, investments, regional banks

Особенностью современного этапа развития стран, как развитых, так и развивающихся является поиск путей обеспечения устойчивого экономического роста, которые лежат в плоскости расширения взаимодействия денежно-кредитных институтов с предприятиями реального сектора экономики. В то же время нестабильность макроэкономической среды, отмечающаяся на глобальном и национальном уровнях, генерирует все новые виды рисков, препятствующих расширению кредитного предложения предприятиям производственной сферы. В частности, новыми рисками, вызывающими особую обеспокоенность ученых, экспертов и практиков, являются риски усиливающегося оттока капиталов с развивающихся рынков, снижения стоимости национальных валют по отношению к ключевым иностранным, напряжения с ликвидностью в банковском секторе, низкий уровень рентабельности большей части предприятий и ряд других. Все это обуславливает потребность в изучении влияния макроэкономических факторов на развитие взаимодействия банков и предприятий реального сектора экономики.

В основу оценки влияния макроэкономических факторов положим некоторый экскурс динамики

базовых макроэкономических показателей на примере России (табл.1).

Как свидетельствуют данные таблицы, в первые предкризисные годы прирост реального ВВП в среднем составлял 7,3%, снизившись в 2010-2011 г.г. до 4,3%. Исключением явился кризисный 2009 год, когда реальный ВВП оказался меньше предшествующего года на 7,8%. Аналогичную динамику можно наблюдать по промышленному производству, грузообороту транспорта, обороту розничной торговли. В анализируемом периоде сократилась инфляция: с 9% в 2006 году до 6,1% в 2011 году. Безработица в 2011 году составила 6,1% от трудоспособного населения, что на 3,8 процентных пункта меньше, чем в 2006 году.

За этот период возрастали и макроэкономические показатели деятельности банковского сектора (таблица 2). Банки развивались темпами, превышающими рост национальной экономики. Об этом можно судить по материалам деятельности банковского сектора.

Таблица 1 - Динамика роста экономических показателей России в 2006-2011 г.г. (в % к соответствующему показателю предыдущего года)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Прирост реального ВВП	8,2	8,5	5,2	-7,8	4,3	4,3
Индекс промышленного производства	6,3	6,8	0,6	-9,3	8,2	4,7
Индекс сельскохозяйственного производства	3	3,3	10,8	1,4	-11,3	22,1
Грузооборот транспорта	2,7	2,4	0,7	-10,1	6,9	3,4
Инвестиции в основные фонды	16,7	22,7	9,9	-15,7	6	6,2
Оборот розничной торговли	14,1	16,1	13,6	-5,1	6,3	7,2
Реальные располагаемые денежные доходы населения	13,5	12,1	2,4	3,1	5,1	0,8
СПРАВОЧНО						
Инфляция за год, %	9	11,9	13,3	8,8	8,8	6,1
Уровень безработицы в конце года, % от трудоспособного населения	6,9	6,1	7,8	8,2	7,2	6,1
Среднегодовая цена нефти марки Urals, долл. за баррель	60,9	69,5	93,9	60,8	78,2	109,6
Примечание – составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели						

Таблица 2 - Макроэкономические показатели деятельности банковского сектора Российской Федерации

	01.01.06	01.01.07	01.01.08	01.01.09	01.01.10	01.01.11	01.01.12
Совокупные активы (трлн.руб.)	9,7	13,9	20,1	28,0	29,4	33,8	41,6
в % к ВВП	44,8	51,9	60,8	67,9	75,4	75,2	76,6
Кредиты всего (трлн.р.)	5,5	8,0	12,3	16,5	16,1	18,1	23,3
в % к ВВП	25,2	29,8	37,1	40,1	41,3	40,4	42,8
в % к активам	56,2	57,5	61,1	59,0	54,8	53,7	55,9
Кредиты физ лицам (трлн.руб.)	1,1	1,9	2,9	4,0	3,8	4,0	5,5
в % к ВВП	4,9	7,0	9,0	9,7	9,2	н.с.	н.с.
в % к активам	10,9	13,5	14,8	14,3	12,1	12,1	13,3
Ценные бумаги	1,4	1,7	2,3	2,4	4,3	5,8	6,2
в % к ВВП	6,5	6,5	6,8	5,7	11,0	13,0	11,4
в % к активам	14,4	12,5	11,2	8,4	14,6	17,2	14,9
Вклады физических лиц (трлн.руб.)	2,8	3,8	5,1	5,9	7,5	9,8	11,9
в % к ВВП	12,8	14,2	15,6	14,3	19,2	21,8	21,8
в % к пассивам	28,5	27,3	25,6	21,1	25,4	29,0	28,5
Депозиты юр лиц (трлн.р.)	3,1	4,7	7,1	8,8	9,6	11,1	14,0
в % к ВВП	14,5	17,8	21,3	21,3	24,5	24,8	25,7
в % к пассивам	32,4	34,3	35,0	31,3	32,5	32,9	33,6
Примечание – составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели							

Как показывают данные таблицы, за анализируемый период, совокупные активы банковского сектора увеличились в 4,3 раза, в том числе кредиты - в 4,2 раза, из них кредиты населению - в 5 раз. Объем операций с ценными бумагами увеличился в 4,4 раза, а вклады физических лиц - в 4,3 раза.

За шесть лет заметно возросла доля макроэкономических показателей деятельности банковского сектора в ВВП, о чем можно судить по данным таблицы 3.

Таблица 3 - Динамика сравнительных показателей банков в 2006-2011 г.г. (данные на конец периода)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Активы/ВВП	51,9	60,5	67,9	75,9	75,2	83,8
Капитал/ВВП	6,3	8	9,2	11,9	10,5	9,8
Кредиты/ВВП	29,8	37	40	41,5	40,4	46,8
Депозиты/ВВП	14,1	15,5	14,3	19,3	21,8	23,9

Примечание – составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели

За исследуемый период наблюдалась позитивная динамика как активов, так и капитала, кредитов и депозитов в их отношении к ВВП. По данным показателям банки либо возвращались в значениям докризисного периода, либо их превысили.

В целом российский банковский сектора преодолел экономический кризис, напряжение спало, но, однако, оно по-прежнему присутствует. Это связано, как с внешними, так и с внутренними причинами. Известно, что "Группа двадцать" на саммите лидеров в ноябре 2011 года отмечала, что мировая экономика вошла в новую трудную фазу. Локальные тенденции и краткосрочные прогнозы развития мировой экономики настораживают (таблица 4).

Как показывают данные таблицы 4, за последние три года наблюдалось замедление темпов мировой экономики, в том числе в зоне евро, развивающихся странах и Китае. Рост экономики возобновиться лишь в 2013 году. Давосский форум не исключает при этом того, что вторая волна кризиса возобновится.

Все это, так или иначе, отражается на экономике России. По оценкам, в национальной экономике действуют неопределенные факторы. Разумеется, их действия сказываются и на банковской системе страны. Не следует при этом забывать и того, что на развитии национальной банковской системы продолжают сказываться внутренние негативные факторы. Сохраняющаяся инфляция,

продолжающийся отток капиталов за границу, неразвитый межбанковский рынок и межбанковская конкуренция, недостаточная капитализация банковского сектора по-прежнему сдерживают активность коммерческих банков. Рентабельность активов и капитала приблизились к докризисному уровню, но не достигли его (таблица 5).

Рентабельность активов, сложившееся на начало 2012г. составила 2,4%, что на 0,6 процентных пункта ниже показателя на начало 2008г. Еще более заметным оказалось отставание рентабельности капитала, которая на 5,1% пункта стала ниже, чем накануне кризиса.

Роль банков в решении социально-экономических задач по-прежнему остается приниженой. Известно, что в стране остро стоит проблема обновления основных фондов, где их изношенная часть составляет 48% и требует замены и модернизации. Средний возраст оборудования в России составляет 28 лет, а в сфере энергетики - 35 лет. Доля страны на мировом рынке высокотехнической продукции составила лишь 1,5%. В этих условиях доля собственных средств предприятий в основном капитале была лишь на уровне 40% (в рыночной экономике 75%), доля средств населения - 1%. Долгосрочные кредиты банков не только не сохранились на прежнем уровне, но и за последние три года снизились. Если на начало 2008г. доля кредитов в инвестициях в основные фонды

Таблица 4 - Темпы роста мировой экономики и прогнозы ее развития

	01.01.06	01.01.07	01.01.08	01.01.09	01.01.10	01.01.11	01.01.12
Рентабельность активов	3,2	3,3	3,0	1,8	0,7	1,9	2,4
Рентабельность капитала	24,2	26,3	22,7	13,3	4,9	12,5	17,6

Примечание – составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели

Таблица 5 - Финансовый результат деятельности банков

	2010	2011	2012	2013
Мировая экономика	5,2	3,8	3,3 (3,4)	4,0
Зона евро	3,2	1,6	-0,3 ¹	2,0
Развивающиеся страны	7,3	6,2	5,4	6,0
Китай	10,4	9,2 ²	8,2-8,4	

¹ В первом квартале нулевой рост, возобновление роста во втором квартале.
² Индекс цен китайских компаний снизился более чем на 20%.
 Примечание - Составлена по данным, опубликованным в журнале «Деньги и кредит», №3, 2012, с.35-36

составляла незначительную величину (11,1%), то к началу 2012 года она еще больше сократилась и составила лишь 7,7%.

Известно, что заметной проблемой в стране остается строительство жилья. Количество жилья (кв.м.) на душу населения в 1,5 - 2 раза ниже, чем в странах Западной Европы. Кредиты физическим лицам в активах банковского сектора на начало 2012 года составили 14,9%, т.е. примерно на уровне шестилетней давности (14,4% - на начало 2006 года), в то время как в западных банках кредиты корпоративным клиентам и кредиты населению занимают примерно равное место.

Не лучшим образом выглядит и роль банков в развитии малого и среднего предпринимательства. На долю кредитов данного рода заемщиков приходится менее 10% банковских активов. Неудивительно поэтому, что на долю данного сектора экономики в создании ВВП приходится менее четверти его объема.

В этой связи представляет интерес анализ эффективности использования кредитных ресурсов и их влияние на экономический рост.

Вклад банковского сектора в обеспечение экономического роста целесообразно оценивать через призму моделей инвестиций в экономику. Известно, что в англо-саксонской модели приоритет отдается рынку капиталов, в европейской - более значимы коммерческие банки. Долгое время считалось, что залогом такой эффективности являются механизмы свободного рынка, на котором

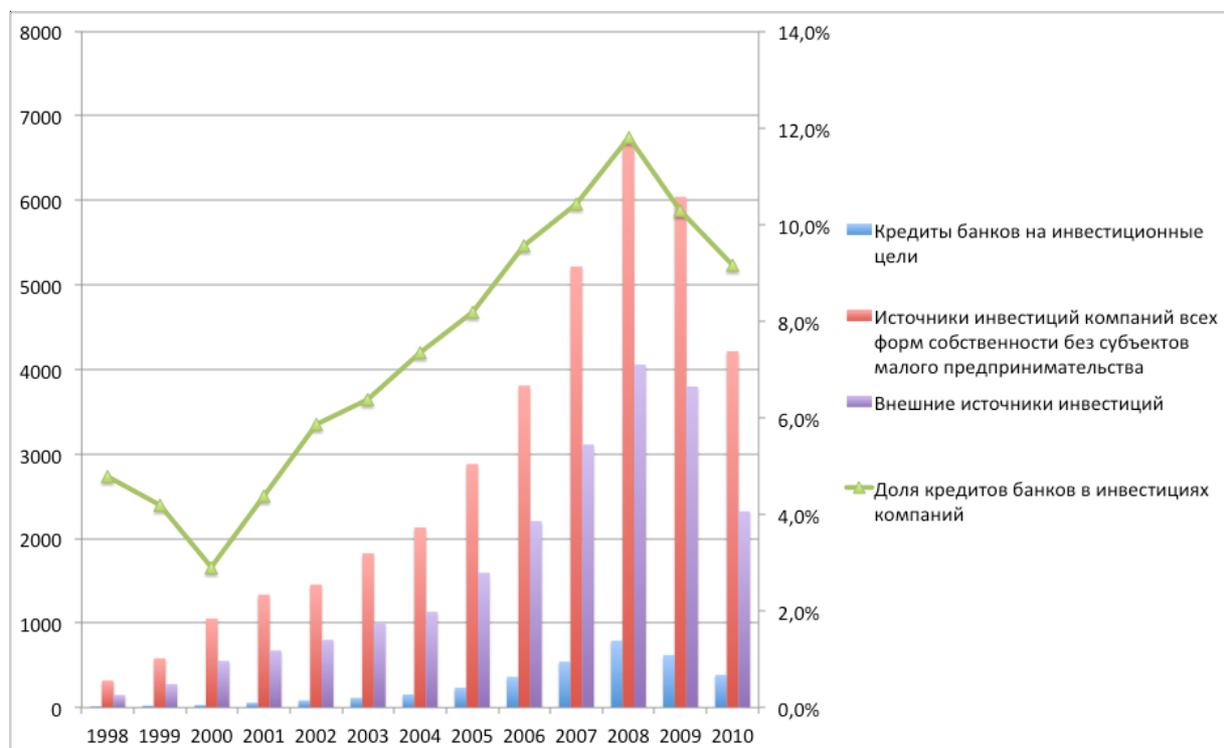
инвесторы сами выбирают наиболее перспективные с точки зрения общественной полезности направления финансирования. Однако последнее время механизмы саморегулирования рынка все чаще дают сбой и генерируют кризисы.

Для России чрезвычайно важно понять причины происходящего, так как она в процессе трансформации прежней командно-административной экономической системы в рыночную воспроизводит опыт развитых стран, который на практике показал свое несовершенство. Одновременно с этим, многие полезные элементы рыночного регулирования еще не нашли своего применения в России.

Как нам представляется, сегодня сложились три основных проблемы, мешающие достижению целей инновационного развития российской экономики:

- недостаточный объем инвестиционных ресурсов;
- их высокая стоимость;
- а также неэффективное их использование.

Первую проблему иллюстрируют данные о структуре источников инвестиций российских компаний. Доля внешних источников в инвестициях российских компаний находится на уровне 55-57%, что соответствует структуре развитых стран. Однако доля кредитов банков в инвестициях в основной капитал не превышает 12%, а в результате кризиса сократилась до 9,2% (рис.1), что в 3 раза меньше, чем в развитых странах.



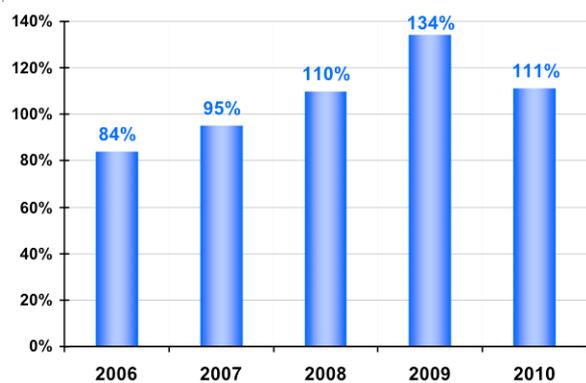
Примечание - составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели

Рисунок 1 - Доля банковских кредитов в источниках инвестиций российских компаний (без субъектов малого предпринимательства)

Вторая проблема, которая мешает российским банковским инвестициям стать эффективными - высокая стоимость кредитных ресурсов. Несомненно, риски инвестиционных кредитов остаются значительными, что должно отражаться на уровне процентных ставок. Но существует и обратная связь - при высоких ставках у предприятий реального сектора возникает проблема обслуживания долга. Это подтверждается при сопоставлении прибыли предприятий и их обязательств по обслуживанию кредитов, который показывает, что в период кризиса у заемщиков просто не хватало прибыли для выполнения обязательств, не говоря о том, что часть прибыли должна оставаться в распоряжении компании (рис. 2).

Третья проблема связана с неэффективным использованием инвестиционных ресурсов в России.

В современных условиях сложилась объективная потребность в взаимоувязки целевых ориентиров реализации коммерческими банками своей политики и целевых установок экономической политики. Для сбалансированности этих целей, как нам представляется, целесообразно уточнить мотивацию и пересмотреть сферу ответственности российского регулятора.



Примечание - составлено на основе источника: О. Солнцева. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. Доклад "Портрет банковской системы 2020: макроэкономический анализ возможностей и ограничений"

Рисунок 2 - Среднее соотношение платежей предприятий по долгу (основной долг и проценты) к валовой прибыли (%)

В настоящий момент он отвечает за стабильность национальной валюты и банковской системы. При этом Закон о банках и банковской деятельности не закрепляет за ним ответственность за экономический рост и занятость в национальной экономике.

Анализируя результаты воздействия мер денежно-кредитной политики Банка России на национальную экономику, многие ученые и аналитики указывают на то, что конечной целью денежно-кредитной политики должно быть обеспечение инвестиционного роста. "Создание видимой финансовой стабильности - образования валютных резервов ЦБ РФ и стабилизационного фонда за счет выведения в крупном масштабе средств из активного денежного оборота национальной экономики - в действительности

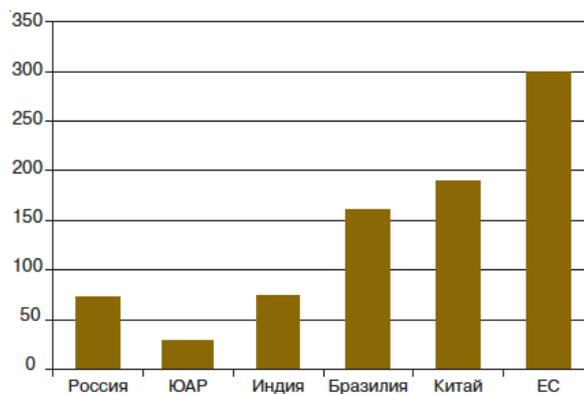
скрывает угрозу перспективе ее диверсификации и инновационного развития" [1].

Последствия игнорирования подобной конечной цели денежно-кредитной политики в России приводит к таким отрицательным последствиям в финансовой сфере как

- минимальное участие банковской системы в финансировании капитальных вложений;
- активный вывоз инвестиционного капитала за рубеж с последующим приобретением российских активов нерезидентами по очень низким ценам;
- высокие процентные ставки, делающие нерентабельными инвестиции в долгосрочные реальные проекты;
- чрезмерно быстрая переориентация российских банков с кредитования реального производства на кредитование потребительского спроса, который, как известно, ориентирован преимущественно на приобретение импортных товаров;
- недостаточная активность системообразующих банков в сфере кредитования корпораций реального сектора, а также малого и среднего бизнеса при их абсолютном доминировании в активах и прибыли банковской системы.

Одним из направлений решения назревших проблем может стать совместная разработка долгосрочных и краткосрочных стратегий социально-экономического развития России и ее банковского сектора, хотя бы в отношении системообразующих банков. Несомненно, здесь надо стараться использовать преимущественно рыночные механизмы стимулирования, но наряду с этим понадобятся и меры административного воздействия, которые успешно применяются в развитых странах. Для определения актуальных направлений современной банковской политики в России проведем более подробный анализ деятельности ее кредитных институтов и наиболее значимых групп коммерческих банков.

Прежде всего, следует обратить внимание, что относительные размеры банковского сектора в структуре российской экономики существенно ниже, чем в большинстве развитых стран и стран группы БРИК. Это изначально снижает инвестиционный потенциал банковской системы России (рис. 3) и является макроэкономической структурной диспропорцией.



Примечание - составлено по источнику: ЦБ РФ. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2011 году// <http://www.cbr.ru>

Рисунок 3 - Соотношение активов банковского сектора и ВВП в 2011 году в страновом разрезе

Рассмотрим основные направления инвестирования средств российских банков и динамику этих показателей. Особенностью здесь является сальдирование требований и обязательств перед нерезидентами (статья - чистые иностранные активы), а также представление чистых требований банков к органам государственного управления. Для целей анализа мы также провели сальдирование требований и обязательств кредитных организаций к Центральному Банку, с также требований и обязательств нефинансовых организаций, находящихся в государственной собственности.

Анализ представленных данных позволяет сделать следующие выводы:

- объем чистых иностранных активов, который стал положительным по результатам мирового финансового кризиса, продолжает увеличиваться: российская банковская система все больше инвестирует в зарубежные экономики, и сегодня данные операции (за вычетом обязательств перед нерезидентами) составляют 7% активных операций российских банков;

- отток ресурсов нерезидентов в кризис был замещен Банком России и органами власти, которые с 01.11.08 по 01.12.09 были нетто-кредиторами российских коммерческих банков. Потом ситуация восстановилась: регулятор начал абсорбировать излишнюю ликвидность. Но по состоянию на 01.04.12 можно наблюдать ситуацию, аналогичную предкризисной: банковская ликвидность снова все в большей степени нуждается в поддержке Банка России;

- одновременно с этим аналогично началу 2008 года значительно (до 4,6%) выросли чистые требования банков к органам государственного управления и принадлежащим им нефинансовым организациям;

- доля же финансирования частного нефинансового сектора за рассматриваемый период сократилась с 94,7% на 01.01.08 до 85,3% на 01.04.12. При этом аналогично началу 2008 года доля кредитов населению начала расти по сравнению с кредитованием реального сектора экономики с середины 2011 года.

Таким образом, кредитование реального сектора российской экономики так и не восстановилось после кризиса, а ресурсы, которые коммерческие банки получили для этих целей, перетекали в другие страны и поддерживают развитие иностранных экономических систем. Одновременно наблюдается новый виток кредитной экспансии на рынке кредитования физических лиц, что также приводит к косвенному стимулированию зарубежных производителей, так как спрос российских граждан ориентирован в основном на импортную продукцию. При этом растут риски на рынке потребительского кредитования.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что активные операции российских коммерческих банков отнюдь не способствуют улучшению инвестиционного климата в российской экономике, а продолжают обострять накопившиеся в этой сфере проблемы. При этом классические механизмы

рыночного и антикризисного регулирования в силу чрезмерной открытости российской экономики не работают в достаточной степени, чтобы банковские активные операции способствовали достижению национально-значимых целей.

Надо отметить, что только короткий период кризиса (с 01.05.08 по 01.09.09) российские банки финансировались за счет денежной эмиссии Банка России, все остальное время ресурсная база развивалась за счет внутренних ресурсов. При этом надо обратить внимание, что в период притока иностранного капитала на российский банковский рынок, когда величина чистых иностранных активов была положительна (с 01.01.08 по 01.06.09), он был весь абсорбирован в активах Банка России и по сути не участвовал в кредитовании реального сектора. Таким образом, меры денежно-кредитной политики, направленные на снижение инфляции в этот период приводили к изъятию инвестиционных ресурсов из российской экономики.

С конца 2009 года деятельность российских банков финансируется за счет средств предприятий нефинансового сектора, средств населения и средств, привлеченных банками на российском фондовом рынке. При этом доля средств, привлеченных на фондовом рынке выросла с 22,9% на 01.01.08 до 25,4% на 01.04.12, а доля средств, размещенных на всех депозитах нефинансовых организаций (срочных и до востребования), за тот же период снизилась с 35,2% до 30%.

Население по-прежнему остается нетто-кредитором российской банковской системы. Объем чистых обязательств в российских банков перед населением вырос за рассматриваемый период в 2,9 раза (с 1,97 до 5,64 трлн.руб.). Таким образом, несмотря на постоянный вывоз капитала, средства населения постоянно увеличивают объем инвестиционных ресурсов в экономике страны, а банки успешно справляются с задачей их аккумуляции и сохраняют доверие в глазах населения.

Ситуация, сложившаяся в банковском секторе российской экономики является следствием как внешних причин, вызванных кризисом, а также глобализацией и общей нестабильностью финансовых рынков, так и особенностями внутренней конкуренции. Последняя определяется

- существенной концентрацией банковских капиталов и активов;

- возможностью использования государственными банками нерыночных методов конкуренции;

- возрастающей конкуренцией со стороны банков с иностранным участием;

- неравномерностью обеспеченности регионов банковскими услугами.

Анализ концентрации балансовых активов рассматриваемых нами групп банков показывает, что на долю крупнейших банков в совокупном объеме выданных кредитов приходится 77,4%, но при этом 80% объема просроченной задолженности, то есть уровень кредитных рисков этих банков выше, чем у других групп. Более того, у банков 3-ей группы норма резервирования существенно ниже (4,3% - у топ 30,

4,1% - у группы 30-200, 2,6% - у небольших кредитных организаций);

- крупнейшие банки занимают 80,7% рынка кредитования нефинансовых организаций и только 69,3% рынка кредитования физ.лиц. К сожалению, в отчетности не выделены объемы кредитования малого и среднего бизнеса, но по другим источникам можно судить о том, что данный сегмент рынка также обслуживают небольшие банки;

- крупные банки хранят намного меньше запасов ликвидных активов (58,5% и 50,3% от остатков на счетах в Банке России и кор.счетах банков соответственно), так как в значительной степени рассчитывают на помощь Банка России в случае затруднений с ликвидностью;

- они намного в большей степени, чем другие кредитные организации участвуют в капиталах других организаций (94,8%), что приводит к непрозрачности бизнеса и использованию разнообразных инструментов по выводу активов.

Таким образом, можно говорить о том, что существует специфика ресурсной базы и деятельности крупных, средних и мелких кредитных организаций. Причем на долю последних приходятся самые трудозатратные и поэтому не очень привлекательные сектора розничного рынка.

Анализ концентрации пассивов, показывает, что

- доля собственных средств в балансах 30-ти крупнейших банков и банков, входящих во 2-ю сотню крупнейших, составляет 11,72% и 11,67% соответственно. При этом уровень капитализации мелких банков существенно выше - 18,23%. Таким образом, уход этих банков с рынка снизит показатель достаточности капитала в целом по банковской системе;

- 97,3% средств, предоставленных Центральным банком российским кредитным организациям, сосредоточено в 200 крупнейших банках, малые кредитные организации доступа к этим средствам практически не имеют;

- практически все средства бюджета и внебюджетных фондов размещены в 200-х крупнейших банках (причем, на долю 30-ти крупнейших приходится чуть более половины - 55,41%), а малые банки доступа к этим средствам не имеют);

- большая часть срочных депозитов юридических лиц сосредоточена в группе топ-30, а малые банки в большей степени выполняют функции аккумуляции средств населения, а также средств корпоративных клиентов до востребования.

Поэтому не всегда можно согласиться с доводами Банка России о том, что с малыми кредитными организациями связаны повышенные риски. Одновременно надо заметить, что их уход с рынка ухудшит ситуацию с обслуживанием розничного сектора, а также ситуацию с региональной доступностью банковских услуг. Небольшие клиенты тоже ждут индивидуального подхода к своим запросам и проблемам, который им вряд ли смогут предоставить крупные банки с их стандартизированными технологиями розничного обслуживания.

Кроме этого, надо отметить очень высокий уровень монополизации российского банковского рынка. Если на нем останутся только 30-200 крупнейших банков, механизмы рыночной конкуренции, которые и сегодня не очень заметны, станут еще менее эффективными. Поэтому, с нашей точки зрения, задача Банка России состоит не в том, чтобы полностью расчистить поле для крупнейших банковских монополий, а создать равные конкурентные условия, позволяющие малым банкам вырасти как можно быстрее и создать здоровую конкурентную среду на российском рынке.

Тесно связан с проблемой концентрации банковского капитала вопрос о судьбе банков с государственным участием. Семь банков из данной группы входят в ТОП-30 по величине капитала и активов (Сбербанк РФ, Группа ВТБ (ВТБ, ВТБ24, Банк Москвы, Транскредитбанк), Газпромбанк, Россельхозбанк), формируя 75,25% активов системообразующих банков и 54,45% активов всей банковской системы. Программа широкомасштабной приватизации государственных предприятий должна в существенной степени затронуть и эти банки.

В контексте современной ситуации, характеризуемой общей неэффективностью инвестиционной деятельности российского банковского сектора, обсужденной выше, приватизация банков с государственным участием представляется преждевременной, так как проблемы банковской системы России, по всей видимости, пока требуют прямого административного регулирования дополнительно к классическим рыночным механизмам.

Достаточно вспомнить как в 2008-2009 годах Правительство РФ пошло на беспрецедентные меры по повышению ликвидности банковского сектора в расчете на то, что это поможет предотвратить сжатие объемов кредитования реального сектора экономики: была существенно расширена система рефинансирования кредитов реальному сектору; был упрощен порядок создания резервов по просроченным ссудам; были запущены программы поддержки сегментов автокредитования и ипотеки; был создан механизм использования госгарантий для корпоративного кредитования; системообразующим банкам были предоставлены субординированные кредиты и принят закон по докапитализации банков через внесение в их капитал ОФЗ.

Результаты оказались достаточно скромными. Летом 2009 года на счетах государственных федеральных банков скопились такие объемы ресурсов, что Правительство вынуждено было потребовать от их руководства не уходить в отпуск, пока не будут выданы кредиты реальному сектору. В итоге объем кредитов нефинансовому сектору экономики за весь 2009 год вырос на 0,3% в номинальном выражении [2].

Широкая приватизация банков с государственным участием, которые являются системообразующими в российской банковской системе, в условиях неэффективности монетарных методов регулирования экономики и ее банковского

сектора, не улучшит, а только усугубит сложившуюся ситуацию. Дело в том, что причиной существования нерыночных отношений в банковском секторе является не структура владения кредитными организациями, а наличие монополии во владении финансовым капиталом. Приватизация не изменит монопольного положения Сбербанка РФ и группы ВТБ на рынке, но при этом лишит государство возможности прямого управления этими банками.

По-видимому, главная задача повышения эффективности государственной собственности может быть решена иначе. Цели и стратегии банков с государственным участием должны определяться не изолированно, а в рамках стратегий и планов развития национальной экономики. Это позволит обеспечить более эффективное использование финансовых ресурсов страны и направить их на решение приоритетных задач обеспечения экономического роста. Это позволит наряду с монетарными методами регулирования денежно-кредитной сферы применять и другие инструменты регулирования, такие как

налоговая политика;

административные ограничения роста процентных ставок;

административное регулирование операций банков в иностранной валюте и иных операций, способствующих вывозу капитала;

государственные дотации по процентным ставкам для финансирования приоритетных направлений социально-экономического развития;

создание иных благоприятных условий финансирования приоритетных направлений роста национальной экономики.

Приватизация же банков с государственным участием затруднит использование этих инструментов, но при этом ускорит процесс внедрения иностранного капитала в банковский сектор России, который в настоящий момент демонстрирует такие стремительные темпы роста, что может привести к потере контроля над национальной финансовой системой. При этом очевидно, что у иностранных собственников не будет стимула для укрепления независимости российской экономики.

Одновременно с этим существование системообразующих банков не должно угрожать

малым и средним кредитным организациям. Последние, как мы видели, играют очень важную роль в финансировании реального сектора экономики, заполняя ниши, в которых не хотят активно функционировать банковские монополии, по-видимому, из-за более низкого уровня прибыльности подобных операций. Надо не вынуждать банки уходить с рынка только по причине их низкой капитализации, а создать благоприятные условия для более быстрого роста капитала тех кредитных организаций, которые являются финансово устойчивыми и ориентированы на поддержку национального производителя. Прежде всего, речь здесь идет о развитии региональных элементов банковской системы России, что является неотложной задачей государства в лице регулятора и других уполномоченных органов.

Проблемы развития региональных банков также связаны с существенной концентрацией банковских активов в системообразующих банках, которые по большей части расположены в Москве (таблица 6).

На долю банков Московского региона приходится 86,5% активов, 93,7% прибыли банковской системы и только 48,5% кредитования юр.лиц, а также 27,1% рынка кредитования субъектов малого бизнеса и ИЧП.

Поэтому можно еще раз подтвердить вывод о поспешности Банка России в проведении реформы, направленной на укрупнение кредитных организаций, а точнее ликвидацию малых банков. Последствия окажутся достаточно печальными, особенно для небольших предприятий, с которыми "не хотят возиться" крупные российские банки. Здесь можно определить три основных направления в решении данной проблемы:

I. Меры, направленные на поддержку процессов повышения капитализации региональных банков, предусматривающие:

- постепенный и дифференцированный подход Банка России к ужесточению требований к размеру минимального капитала кредитной организации и других нормативных требований;

- государственное стимулирование участия муниципальных органов власти в капитале системно значимых региональных кредитных организаций;

- развитие механизма предоставления региональных субординированных кредитов;

Таблица 6 - Доля банков Москвы и Московской области в обслуживании клиентов банковского сектора

	01.01.08	01.01.09	01.01.10	01.07.10
Активы	85,1%	87,2%	85,9%	86,5%
Прибыль	85,2%	86,2%	90,9%	93,7%
Депозиты юр.лиц	68,8%	67,2%	68,2%	70,0%
Депозиты физ.лиц	41,3%	42,2%	41,8%	41,1%
Кредиты юр.лиц	45,5%	45,5%	49,5%	48,5%
Кредиты физ.лицам и индивидуальным частным предпринимателям (ИЧП)	20,1%	20,7%	20,8%	21,1%
Кредиты субъектам малого бизнеса и ИЧП		25,0%	25,3%	27,1%
Примечание – составлено по данным Банка России. Основные экономические показатели				

- разработка механизма выхода региональных банков развития на рынок ПРО и их дальнейшего участия в капиталах кредитных организаций;

- формирование налоговых стимулов к увеличению капитала кредитных организаций;

- повышение конкурентоспособности региональных банков на основе оказания им государственной поддержки в сфере внедрения современных банковских технологий, развития систем управления и подготовки кадров.

II. Меры, направленные на расширение источников и объемов финансирования деятельности региональных банков:

- поддержка деятельности значимых региональных банков со стороны региональных властей в форме налоговых льгот, дополнительных гарантий безопасности вкладов;

- развитие региональных площадок рынка межбанковского кредитования с участием территориальных подразделений Банка России;

- решение проблемы оттока финансовых ресурсов из регионов путем создания на местах благоприятных экономических возможностей для приложения капиталов, предотвращение монополистических тенденций на рынке банковских услуг;

- использование рекомендаций Банка России, банков развития и ССВ при выходе кредитных организаций на организованные рынки привлечения капитала;

- создание двухуровневых систем финансирования государственных приоритетных программ социально-экономического развития регионов.

III. Меры, способствующие повышению целевой направленности кредитной и инвестиционной деятельности региональных банковских систем:

- включение в сферу ответственности территориальных учреждений Банка России их участие в формировании концепции и стратегии экономического развития региона и ее увязке с направлениями единой государственной денежно-кредитной политики и стратегией развития банковского сектора, а также с определением в ней места и роли банковской системы, законодательное закрепление за Банком России обязанностей по реализации этих программ;

- создание региональных банков развития для целенаправленного воздействия на инвестиционную и инновационную направленность деятельности банковской системы;

- передача региональным коммерческим банкам функции препровождения кредитов, финансируемых за счет средств региональных банков развития;

- создание в рамках деятельности банков развития стандартов процессов кредитования и инвестиционного финансирования, управления их рисками и затратами, оказание региональным кредитным организациям помощи в их практическом внедрении и подготовке соответствующих кадров;

- активное содействие в развитии территориальными учреждениями Банка России

институциональной и законодательной инфраструктуры региональных банковских систем, создание условий для эффективного взаимодействия банковского и реального секторов, развитие региональной платежной системы;

- участие местной администрации в создании условий для развития банковского бизнеса в регионе и его ориентации на запросы клиентуры региона;

- дифференцирование по регионам и по отдельным кредитным организациям минимально допустимого значения норматива достаточности собственного капитала и норматива Н6.

Подводя итоги анализу эффективности деятельности российского банковского сектора и мер банковской политики, проводимой в отношении него государством и Банком России, надо подчеркнуть необходимость изменения ее содержания и переориентации этой политики с задач обеспечения финансовой стабильности банковской отрасли на задачи поддержки экономического роста и инновационного развития национальной экономики. Для этого необходимо:

- изменить сферу ответственности Банка России, включив в нее обеспечение условий для долгосрочного инновационного роста экономики;

- трансформировать коммерческую деятельность государственных банков в деятельность банков развития, определив для них целевые ориентиры, согласованные с глобальной стратегией социально-экономического развития России;

- создать благоприятный климат для развития конкуренции в банковском секторе, не уничтожая финансово-стабильные небольшие региональные банки, а развивая их благодаря созданию равных условий для всех кредитных организаций страны на банковском рынке.

Задача регулятора - добиваться того, чтобы деятельность всех кредитных организаций способствовала решению макроэкономических задач национальной экономики. Для этого он должен применить дифференцированный подход к регулированию деятельности разных групп банков: государственных банков, системообразующих частных банков, банков с иностранным участием в капитале, региональных банков, а также гибко сочетать рыночные и административные механизмы регулирования банковского сектора России.

Проведенный анализ недвусмысленно показывает, что, несмотря на относительно быстрое восстановление объемов банковских операций в посткризисный период банковский сектор пока остается в стадии незавершенного строительства. Потребности российской экономики и населения в банковском капитале удовлетворяются далеко не полностью. Деятельность банковского сектора нуждается в модернизации. Разумеется, это должно отразиться и в банковской политике.

Список литературы:

1. О.Л.Рогова. Денежно-кредитная система воспроизводства экономики России. -М.:Институт экономики РАН, 2009, с.270,276.

2. "Банковское обозрение" №4, 2010. Источник <http://bo.bdc.ru/2010/4/>

ОЛЬХОВА Р.Г., доктор экономических наук, профессор кафедры "Банки и банковский менеджмент",
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

РЕФИНАНСИРОВАНИЕ - КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Значимость рефинансирования кредитных организаций как механизма регулирования банковской ликвидности, источника пополнения ресурсной базы кредитных организаций в целях реализации краткосрочных и среднесрочных проектов банков, обеспечения финансовой устойчивости банковского сектора сохраняется и в настоящее время.

Ключевые слова: риски, денежно-кредитная политика, репо, операции постоянного действия, операции на открытом рынке

Р.Г.ОЛЬХОВА, экономика ғылымдарының докторы, "Банк және банк менеджменті" Ресей
Федерациясы жанындағы қаржы университеті

ҚАЙТАҚАРЖЫЛАНДЫРУ - БАНК СЕКТОРЫНЫҢ ОРНЫҚТЫЛЫҒЫН ҚАМАТАМАСЫЗ ЕТУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Несиелік ұйымдардың қайтақаржыландыру маңыздылығы банк өтімділігін реттеу тетігі, банктердің қысқа және орта мерзімді жобаларды жүзеге асыру, банк секторының орнықтылығын қамтамасыз ету қазіргі уақытта да қажеттілігін және өзектілігін сақтаған.

Түйінді сөздер: тәуекел, ақша-несиелік саясат, репо операциялары, тұрақты әрекет ету операциясы, ашық нарықтағы операциясы

R.G.OLHOVA, doctor of economics, professor of "banks and bank management," financial university
under the government of the russian federation

REFINANCING - AS A FACTOR OF BANKING SECTOR STABILITY

The significance of the refinancing of credit institutions as a mechanism to regulate bank liquidity, the source of replenishment of the resource base of credit institutions in order to implement the short-term and medium-term projects of banks, ensure financial stability of the banking sector remains in the present.

Keywords: risks, monetary policy, repo transactions, continuous operations, open market operations

Принимая во внимание вызовы, с которыми сталкивается глобальная экономика, ее финансовый и банковский сектора, основными рисками для российской экономики, ее финансового сектора и банковской системы в текущем периоде остаются[1]: сохраняющийся риск оттока капитала с российского рынка; ослабление сальдо платежного баланса из-за вероятности снижения цен на нефть; рост заимствований российских компаний и банков на международном рынке капитала путем выпуска еврооблигационных займов и др., что может привести к недооценке рисков инвестирования (кредитного и процентного), а также риска ликвидности.

Учитывая, что риски банковского сектора тесно связаны не только с изменениями, происходящими на макроуровне, но и в нефинансовом секторе национальной экономики, в частности, деловая активность по итогам первого полугодия 2013 года оказалась ниже соответствующего периода прошлого года, отмечается снижение уровня рентабельности субъектов хозяйствования, сохраняется высокий риск неплатежеспособности экономических агентов, регулятор в связи с приведенными выше факторами рисков, использует весь набор инструментов денежно-кредитного регулирования для поддержания ликвидности банковского сектора и обеспечения финансовой устойчивости, что видно из таблицы 1.

В российской практике наиболее действенным инструментом денежно-кредитного регулирования является рефинансирование коммерческих банков. Сущность данного процесса заключается в предоставлении центральными банками денежных средств на цели восстановления ресурсов коммерческих банков, вложенных в определенные долговые обязательства (ценные бумаги, права требования по кредитным договорам и др.).

Предоставление кредитов центральными банками кредитным организациям, как правило, связано с необходимостью, во-первых, поддержать их ликвидность; во-вторых, - расширить имеющиеся ресурсы для продолжения кредитования. Поскольку кредиты центральных банков на макроуровне являются инструментами денежно-кредитного регулирования, поэтому условия их предоставления имеют ограничительный характер. Они предоставляются, прежде всего, кредитным организациям, имеющим устойчивое финансовое положение. Другим важным условием предоставления кредитов является наличие на балансе кредитной организации высоколиквидных активов в виде ценных бумаг, включенных в ломбардный список центрального банка, или предоставленных кредитов наиболее крупным и значимым клиентам.

Таблица 1 - Инструменты денежно-кредитной политики Банка России, % годовых

Назначение	Вид инструмента	Инструмент	Срок	с 11.12.12	с 03.04.13	с 16.05.13
Предоставление ликвидности	Операции постоянного действия (по фиксированным процентным ставкам)	Кредиты "овернайт"	1 день	8,25	8,25	8,25
		Сделки "валютный своп" (рублевая часть)	1 день	6,5	6,5	6,5
		Ломбардные кредиты, РЕПО	1 день, 1 неделя ¹	6,5	6,5	6,5
		Ломбардные кредиты	30 дней ¹	6,5	6,5	6,5
		РЕПО	12 месяцев ¹	8	7,75	7,5
		Кредиты, обеспеченные золотом	До 90 дней	7	6,75	6,5
			От 91 до 180 дней	7,5	7,25	7
			От 181 до 365 дней	8	7,75	7,5
		Кредиты, обеспеченные нерыночными активами или поручительствами	До 90 дней	7,25	7	6,75
			От 91 до 180 дней	7,75	7,5	7,25
	От 181 до 365 дней		8,25	8	7,75	
	Операции на открытом рынке (минимальные процентные ставки)	Аукционы РЕПО	1 день	5,5	5,5	5,5
			1 неделя	5,5	5,5	5,5
Ломбардные аукционы, аукционы РЕПО		3 месяца	7	6,75	6,5	
		6 месяцев ¹	7,5	7,25	7	
Абсорбирование ликвидности	Операции на открытом рынке (максимальные процентные ставки)	12 месяцев	8	7,75	7,5	
		1 день, 1 неделя ¹	5	5	5	
Абсорбирование ликвидности	Операции на открытом рынке (максимальные процентные ставки)	1 месяц ¹	5,75	5,75	5,75	
		3 месяца ¹	6,75	6,75	6,5	
		1 день, 1 неделя ¹	4,5	4,5	4,5	
Ставка рефинансирования	Операции постоянного действия	1 месяц	8,25	8,25	8,25	
		1 день, 1 неделя ¹	8,25	8,25	8,25	

¹ Проведение операций приостановлено.

В последние годы широкое развитие получило кредитование центральными банками кредитных организаций в форме операций репо, которые позволяют кредитным организациям поддерживать на заданном уровне ликвидность и расширять ресурсную базу.

Формирование системы рефинансирования коммерческих банков в российской практике началось с момента отказа Банка России от целевого кредитования государственных предприятий и осуществлялось поэтапно.

При формировании новой рыночной системы рефинансирования отечественных банков Банк России опирался на практику центральных банков развитых стран. При этом в формировании инструментария денежно-кредитной политики большую помощь оказывал Международный валютный фонд, предлагавший активно использовать инструменты регулирования ликвидности для стерилизации денежной массы, что было важнейшим элементом программы финансовой стабилизации в России [2].

Однако использование опыта развитых стран для становления в России подобной системы рефинансирования было практически не возможно в связи с отсутствием финансового рынка - основы современного инструментария денежно-кредитной политики. Поэтому необходимо было выстраивать систему рефинансирования с учетом сложившейся конкретной ситуации.

Зарубежный опыт организации системы рефинансирования свидетельствует, что операции рефинансирования используются, прежде всего, для регулирования денежно-кредитного оборота и оказания помощи финансово устойчивым банкам, испытывающим потребность в дополнительных ресурсах. Выполняя функцию кредитора в

последней инстанции, Центральные банки одновременно осуществляют регулирование ликвидности банковской системы в целом, что в сочетании с развитой системой страхования депозитов в развитых странах практически свело на нет возможность традиционных банковских кризисов из-за панических настроений вкладчиков. Особенностью американской и европейской системы рефинансирования является практически равный доступ банков к кредитам центральных банков, что достигается использованием достаточно широкого перечня финансовых активов. Вместе с тем, несмотря на сходство в целом операций рефинансирования, применяемых в практике развитых стран, сохраняются определенные различия между ними [3].

В системе рефинансирования США, называемой "дисконтное окно", выделяются следующие инструменты рефинансирования: первичный кредит, вторичный, сезонный и чрезвычайный. Каждому из перечисленных кредитов присущи свои особенности. Общим для всех является их краткосрочный характер. "Первичный кредит" предоставляется кредитным организациям с устойчивым финансовым положением, как правило, на условиях овернайт, в отдельных случаях на более длительный срок, если банк не может привлечь достаточные ресурсы на рынке. По данному виду кредита не устанавливается ограничений по его целевому использованию.

"Вторичный кредит" предоставляется кредитным организациям с неустойчивым финансовым положением. При этом полученные средства не могут быть использованы на цели кредитования. По данному виду кредита устанавливается более высокая процентная ставка, чем по "первичному" кредиту.

"Сезонный" кредит имеет более длительный срок, предоставляется небольшим банкам, испытывающим недостаток средств в связи с сезонными колебаниями, вызванными кредитованием заемщиков и сезонностью в притоке и оттоке депозитов. Характерным для данного кредита является льготная рыночно ориентированная процентная ставка, пересматриваемая каждые 2 недели.

"Чрезвычайный кредит" в отличие от ранее рассмотренных может предоставляться как кредитным организациям, так и организациям-заемщикам, если последние не могут привлечь средства из других источников, что может вызвать существенные негативные последствия для экономики страны [4].

Первые три из названных кредитов должны иметь обеспечение, в качестве которого могут выступать различные финансовые активы в форме долговых обязательств. Закладываемые активы принимаются в обеспечение с дисконтом. При этом кредиты, обеспеченные государственными гарантиями, получают более высокую оценку в отличие от ссуд, предоставляемых на коммерческое строительство. В системе рефинансирования кредитных организаций США депозитных операций нет.

Для Европейской системы характерно более широкое использование операций рефинансирования, наличие процентного коридора для операций на межбанковском рынке, обозначаемого автоматическими кредитно-депозитными операциями срочностью овернайт.

Европейский центральный банк для поддержания ликвидности использует, так называемые, "основные операции рефинансирования" сроком 1 неделя, по которым средства предоставляются национальными банками, входящими в Евросистему, на регулярных еженедельных аукционах.

Дополнительно к основному инструменту рефинансирования банковской системы осуществляется и на более долгосрочной основе посредством ежемесячно проводимых аукционов, срок займов составляет 3 месяца. Этими операциями не предусматривается воздействие на процентную ставку, т.е. их роль в достижении целей денежной политики Европейского Центрального банка (далее - ЕЦБ) является достаточно ограниченной.

Согласно принятым ЕЦБ правилам, все инструменты рефинансирования, включая внутрисуточные кредиты, должны иметь обеспечение, условно разделяемое на два уровня: а) долговые инструменты общеевропейского значения; б) активы (рыночные и не рыночные), имеющие особую значимость для национальных финансовых систем. При этом список активов второго уровня формируется национальными центральными банками и утверждается ЕЦБ.

Важнейшей особенностью системы рефинансирования ЕЦБ, как и США, является соблюдение равного доступа к основным инструментам денежной политики всем кредитным

организациям, на которые распространяется требование поддержания минимального уровня обязательных резервов. Этот принцип "недискриминационности" обеспечивает единство рынка и банковской системы и является лучшим средством преодоления фрагментированности в рефинансировании банков [5].

Весьма интересен положительный опыт ЕЦБ в организации рефинансирования под обеспечение "нерыночными" активами, т.е. кредитование под залог векселей, прав требования по кредитным договорам и (или) поручительства кредитных организаций. В течение 2003-2007 гг. был осуществлен переход от обеспечения первого и второго уровня к единому списку обеспечения ("Single List"). Для оценки кредитных требований используются рейтинги или методики оценки платежеспособности организаций-заемщиков [6].

Анализ организации системы рефинансирования в США и в странах Евросоюза свидетельствует, что Банк России в своей практике использует практически все инструменты рефинансирования развитых стран. Главным отличием является степень фактической доступности этих инструментов кредитным организациям любых уровней и востребованность ими кредитов банка России.

Банк России, выстраивая систему рефинансирования, перешел от прямого кредитования коммерческих банков к применению рыночных механизмов. В частности, в период 2000-2007 гг. вводится механизм предоставления кредитов, обеспеченных залогом и/или поручительствами, значительно расширяется перечень ценных бумаг, принимаемых в обеспечение кредитов, и линейка ломбардных кредитов. Одновременно начинают осуществляться операции "валютный своп", с 2007 года вводится механизм кредитования под обеспечение нерыночными активами (векселями, правами требования по кредитным договорам), а именно: внутрисуточных кредитов, кредитов овернайт и кредитов по фиксированной процентной ставке, используется беззалоговое кредитование, удлиняются сроки предоставления обеспеченных кредитов до 1 года. Кредиты под нерыночные активы для пополнения временного недостатка ликвидности кредитных организаций широкое распространение получили в IV квартале 2008 года. Банк России принимает решение о расширении перечня активов, принимаемых в обеспечение указанных кредитов:

- за счет расширения перечня видов экономической деятельности организаций, векселя и права требования по кредитным договорам которых могут приниматься в обеспечение кредитов Банка России;

- принятия в обеспечение кредитов векселей и прав требования по кредитным договорам, по которым в роли векселедателя (заемщика) или лица, солидарно отвечающего с ним за платеж по векселю (возврат суммы основного долга по кредиту) выступают субъекты Российской Федерации, имеющие уровень рейтинга долгосрочной кредитоспособности в иностранной валюте не ниже уровня, установленного Банком России.

Одновременно были увеличены сроки пользования кредитами до 1 года, а право предоставления указанных кредитов распространено на 76 территориальных учреждений Банка России.

В качестве общей характеристики развития системы рефинансирования можно выделить следующие тенденции:

- рост объемов рефинансирования банков и повышение значимости этих операций для формирования ресурсной базы банковского сектора;
- активное развитие операций рефинансирования в регионах России;
- снижение процентных ставок по операциям рефинансирования;
- расширение операций рефинансирования со стороны Банка России, использование им рыночных механизмов.

В целом можно отметить, что система рефинансирования в России активно развивается, причем ей характерны черты рыночного типа, отражающие важную роль рыночных инструментов и механизмов. За достаточно непродолжительный период своего развития состояние этой системы не отличалось стабильностью. Периоды развития системы рефинансирования и межбанковского рынка не раз сменялись периодами кризиса.

Проведенный анализ развития отечественной системы рефинансирования показывает, что она имеет практически все элементы, присущие банковским системам развитых стран. Однако сложившаяся на сегодняшний день в России система инструментов денежно-кредитного регулирования имеет целый ряд "узких" мест, которые существенно снижают ее эффективность.

Во-первых, отечественная система рефинансирования ориентирована на крупнейшие системно значимые банки, что в целом соответствует международной практике, когда ликвидные ресурсы, передаваемые основным оптовым продавцам денег - банкам первого круга, через механизм межбанковского кредитования "доводятся" до средних и мелких участников системы. Однако в российских условиях перераспределение ресурсов через межбанковский рынок отсутствует. Для отечественного рынка межбанковского кредитования характерна четко выраженная сегментация: банки первого круга (крупнейшие системно значимые банки и дочерние структуры крупных международных банков), банки второго круга (средние банки московского региона и крупнейшие региональные банки) и банки третьего круга (мелкие и средние региональные банки) [7].

Во-вторых, низкая эффективность действующей системы рефинансирования усиливают существенные различия в структуре балансов российских кредитных организаций. Активы банков первого круга в значительной доле представлены ликвидными вложениями - государственными и первоклассными корпоративными ценными бумагами, реализация которых на рынке без значительных потерь достаточно высока.

В структуре активов остальных банков высокую долю составляют кредиты, а ликвидные активы представлены более рискованными инвестициями,

в частности, в ценные бумаги предприятий - эмитентов "второго эшелона", векселя и бумаги, риск реализации которых с существенным дисконтом значительно выше. В то же время именно банки "второго" и "третьего эшелонов" практически не имеют доступа к инструментам денежно-кредитного регулирования Банка России. Их возможностью по привлечению централизованных ресурсов сводятся к получению "сверхкоротких" денег в рамках внутрисдневных кредитов и кредитов "овернайт", выдаваемых под залог все тех же ликвидных государственных ценных бумаг [8].

В-третьих, сверхкраткосрочный характер предоставляемых Банком России в рамках системы денежно-кредитного регулирования ресурсов, что связано с концепцией минимизации рисков Центрального банка. В рамках стандартных процедур рефинансирования коммерческие банки - контрагенты Банка России могут получить ресурсы не более чем на 6 месяцев. Основной же объем централизованных кредитов предоставляется на срок до 7 дней, поэтому данные ресурсы можно рассматривать только как источник решения краткосрочных проблем с текущей ликвидностью, носящих скорее технический характер (например, нехватка ресурсов в период налоговых платежей).

Следовательно, срочность получаемых кредитными организациями централизованных ресурсов не позволяет использовать их в качестве ресурсов, позволяющих решить основную проблему отечественного банковского сектора, связанную с трансформацией относительно краткосрочных и мобильных пассивов в среднесрочные активы. Кроме того предоставляемые Банком России средства не могут рассматриваться как основа для формирования и снижения стоимости среднесрочных кредитных ресурсов, которые необходимы российской экономике.

Сохраняя ставку рефинансирования на уровне, значительно превышающем среднюю рентабельность производственной сферы, Центральный банк тем самым блокирует развитие всей банковской системы, ограничивая спрос на деньги краткосрочными спекулятивными операциями и сверхприбыльными отраслями [8]. До принятия Банком России в качестве залога "нерыночных активов" система рефинансирования была практически мало действенна.

Таким образом, функционирующая в настоящее время система рефинансирования, в основном, ориентирована на крупнейшие банки. Средние и мелкие банки значительную часть ресурсов формируют наиболее дорогостоящими источниками - вкладами населения, а предлагаемые Банком России инструменты рефинансирования не в полной мере отвечают требованиям развития экономики страны.

На формирование отечественной системы рефинансирования существенное влияние оказывали: проводимые политические реформы, состояние экономики в соответствующие периоды времени, кризисы ликвидности банковской системы. Однако эффективная национальная система рефинансирования коммерческих банков в России

до сегодняшнего дня не создана. Это вызвано, прежде всего, недостатками в методическом обеспечении действующей системы рефинансирования. Имеющаяся нормативная база, регламентирующая предоставление коммерческим банкам необходимых ресурсов Банком России, обширна, но носит разобщенный характер.

Применяемые Банком России операции кредитования можно разделить на операции постоянного действия и операции на открытом рынке (рисунок 1).



Примечание - составлено на основе [8]

Рисунок 1 - Структура рефинансирования Банка России

В целях повышения эффективности инструментов денежно-кредитной политики, и, в частности, инструментов рефинансирования, предусмотрено, что Банк России продолжит работу, направленную на:

- создание единого механизма рефинансирования банков;
- повышение доступности операций рефинансирования для кредитных организаций;
- формирование "единого пула обеспечения".

В настоящее время предоставление кредитов предусмотрено Положениями Банка России №236-П, № 312-П, № 362-П [9].

Структура ценных бумаг, переданных кредитными организациями в обеспечение кредитов Банка России, представлена на рисунке 2 [10].

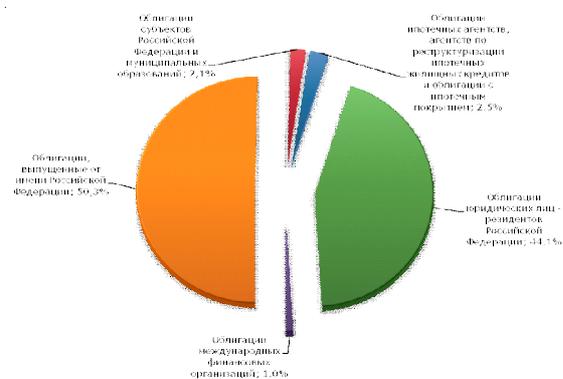


Рисунок 2 - Структура ценных, переданных кредитными организациями в обеспечение кредитов Банка России

Основными видами кредитов, предоставляемых Банком России, являются: внутрисдневные кредиты, кредиты "овернайт" и ломбардные кредиты.

На протяжении последних пяти лет в целом по России отмечался стабильный рост объема выданных внутрисдневных кредитов Банка России на 30% в год. В 2012 году сумма выданных внутрисдневных кредитов составила 52,7 трлн. рублей. В марте 2013 года ежедневно такие кредиты предоставлялись в среднем 262 банкам (филиалам) в 57 регионах страны. Объем предоставленных внутрисдневных кредитов за период с 2004 по 2013 год характеризуется постоянным их ростом. Наибольшая потребность в этих кредитах отмечается в 2012 года. По сравнению с предыдущим годом их объем увеличился почти на 38%. За 9 месяцев текущего года объем предоставленных внутрисдневных кредитов составил 88,6% к объему этих кредитов за 2012 г., что подчеркивает возрастающий спрос на внутрисдневные кредиты Банка России (рисунок 3).

Рост кредитов отмечается и в регионах. Среди срочных обеспеченных кредитов Банка России наибольшие объемы приходятся на кредиты, обеспеченные нерыночными активами, причем в 2012 году отмечался всплеск активности банков в получении таких кредитов (рисунок 4). Контрагентами Банка России по данным операциям по состоянию на 01.10.2013 являлись 473 кредитных организации из 65 регионов России.

Данный механизм рефинансирования позволяет всем финансово стабильным кредитным организациям получать кредиты в Банке России, обеспеченные залогом прав требований по кредитным договорам с нефинансовыми организациями. Если механизмом кредитования по Положению 236-П [11] могут воспользоваться только кредитные организации, имеющие в портфеле ценные бумаги из Ломбардного списка Банка России (около 50 % всех кредитных организаций), то данный механизм доступен практически всем финансово устойчивым кредитным организациям без исключения, занимающимся кредитованием национальной экономики.



Рисунок 3 - Объем предоставленных внутрисдневных кредитов



Рисунок 4 - Объем предоставленных кордитов, обеспеченных активами или поручительствами

Современная система рефинансирования нуждается в дальнейшем развитии и совершенствовании. В числе мер по совершенствованию системы рефинансируется предполагается: введение ключевой ставки Банка России путем унификации процентных ставок по операциям предоставления и абсорбирования ликвидности на аукционной основе на срок 1 неделя; формирование коридора процентных ставок Банка России и оптимизация системы инструментов по регулированию ликвидности банковского сектора; изменение роли ставки рефинансирования в системе инструментов Банка России.

Одновременно Банк России разрабатывает меры, направленные на повышение доступа к рефинансированию и которые планируются к реализации в будущем:

1. Снижение стоимости привлекаемых кредитными организациями кредитов Банка России и совершенствование процентной политики Банка России.
2. Расширение перечня активов, используемых в качестве обеспечения по операциям рефинансирования Банка России.
3. Совершенствование порядка предоставления кредитов Банка России.
4. Стимулирование кредитной активности банков, предоставляющих кредиты реальному сектору экономики, посредством корректировки величины резервных требований Банка России.
5. Создание механизма "единого пула обеспечения" по кредитам Банка России.

Целью нововведений Банка России является создание единого механизма рефинансирования (кредитования) Банком России кредитных организаций и возможность кредитной организации, имеющей устойчивое финансовое положение, получать внутрисдневные кредиты, кредиты овернайт и кредиты на срок до 1 года под любой вид обеспечения, входящий в "единый пул обеспечения". В рамках единого механизма рефинансирования банки - потенциальные заемщики будут заключать с Банком России "рамочные" соглашения, содержащие общие условия кредитования, и предварительно

предоставлять в Банк России (блокировать) имущество в целях дальнейшего получения кредитов Банка России под залог (блокировку) указанного имущества.

Список литературы:

1. Центральный банк Российской Федерации (Банк России). Обзор финансовой стабильности. Июль 2013г. http://cbr.ru/analytics/fin_stab/fin-stab-2012-13_4-1r.pdf?pid=fin_stab&sid=ITM_31265
2. Навой А. Эволюция системы рефинансирования в России: история, проблемы и пути развития// Рынок ценных бумаг.-2005.-№ 20.-с.12
3. Левченко Д.В. Система рефинансирования как приоритетное направление развития денежной политики// Деньги и кредит.-2005.-№7.- с.33
4. Богопольская Е.В. Совершенствование системы рефинансирования//Банковское дело в Москве.-2007.-№4.-с.37
5. Сорвин С.В. Вопросы рефинансирования кредитных организаций// Деньги и кредит.-2006.-№3.-с.42
6. Есина Т.Н. Рефинансирование кредитных организаций: опыт и проблемы// Деньги и кредит.-2006.-№ 3.-С.41-43
7. Гуревич М. Как решить проблему рефинансирования // Банковское дело в Москве.-2006.-№ 10.-С.48-50.
8. Глазьев С. "Кудрявая экономика" (Часть II) // Политический журнал.-2006.-№ 47-48.-с.24-25
9. Положение Банка России № 236-П П О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных залогом (блокировкой) ценных бумаг. (в ред. указаний ЦБ РФ от 30.08.2004 N 1496-У) Положение ЦБ РФ № 312-П от 12.11.2007 "О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных активами или поручительствами" Положение ЦБ РФ № 362-П от 30.11.2010 "О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных золотом".
10. Составлено по данным Банка России <http://www.cbr.ru>. Страница "Обеспеченные кредиты Банка России" http://www.br.ru/dkp/standart_system/print.aspx?file=refinan.htm
11. Положение Банка России от 04.08. 2003 №236-П "О порядке предоставления Банком России кредитов, обеспеченных залогом (блокировкой) ценных бумаг

Али ОМАРОВ, магистрант группы Ф-21 НИ, Карагандинский экономический университет, 100009, Казахстан, Караганда, ул. Академическая 9, kazahzavod@mail.ru, +77212320789

ВЛИЯНИЕ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА КАЗАХСТАНА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассмотрены современные подходы к анализу влияния инструментов денежно-кредитной политики на деятельность кредитных организаций. Исследованы особенности и тенденции развития денежно-кредитной политики в Республике Казахстан в посткризисный период. Выявлены основные проблемы, снижающие эффективность денежно-кредитного регулирования.

Ключевые слова: ставка рефинансирования, операции на открытом рынке, минимальные резервные требования, регулирование

Али ОМАРОВ, Ф-21 НИ тобының магистранты, Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан, Қарағанды, Академическая көш. 9, kazahzavod@mail.ru, +77212320789

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ҰЛТТЫҚ БАНКІСІНІҢ АҚШАЛАЙ-НЕСИЕЛІК САЯСАТЫНЫҢ НЕСИЕ БЕРУ МЕКЕМЕЛЕРІНІҢ ЖҰМЫСЫНА ӘСЕРІ

Мақалада несие беру мекемелерінің жұмысына ақшалай-несиелік саясатының құралдарын талдаудың заманауи тәсілдерінің әсері қарастырылған. Қазақстан Республикасының посткризис кезеңіндегі ақшалай-несиелік саясатының дамуының ерекшеліктері мен үрдістері зерттелген. Ақшалай-несиені реттеудің тиімділігін төмен түсірудің негізгі мәселелері анықталған.

Түйінді сөздер: қайта қаржыландыру мөлшерлемесі, ашық нарықтағы амалдар, минималды резервтік талаптар, реттеу.

Ali OMAROV, master's degree student of the F-21 НИ (scientific and pedagogic course) group, Karaganda economic university, 100009, Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, kazahzavod@mail.ru, +77212320789

IMPACT OF THE KAZAKHSTAN NATIONAL BANK MONETARY POLICY ON CREDIT INSTITUTION ACTIVITIES

The article considers modern approaches of the analysis of monetary policy instruments on the activities of credit institutions. This also investigates features and tendencies of development of the Republic of Kazakhstan monetary policy in the post-crisis period, and identifies the main problems, which reduce monetary regulation efficiency.

Keywords: rate of refinancing, open market operations, minimum reserve requirements, regulation

Problem statement. The financial sector of Kazakhstan was one of the first to suffer the negative impact of the global financial and economic crisis. This manifested in reduction of potential of domestic credit institutions to attract external financial resources and, therefore, the reduction of credit provision to domestic economy. The government and the National Bank of the Republic of Kazakhstan were quickly adopted and implemented a set of priority measures aimed at mitigating the negative effects of instability of the world financial and commodity markets. Under these conditions, the National Bank of Kazakhstan, in response to situation change, shifted the focus of monetary policy in favor of promoting the stability of the financial system. To provide banks with short-term liquidity, the National Bank has increased the volume of the reverse REPO operations and began to conduct currency SWAP operations and to provide short-term loans on the security of banks correspondent accounts balances in the National Bank. There were positive changes in 2010 already. In particular the trend of substitution of external funding with internal funding

sources was continued. Confidence of the public in the credit system and national currency of Kazakhstan was maintained. This is well illustrated by such factors as the growth of resident deposit in 2010 by 12.5% up to 7398 billion, according to the National Bank of Kazakhstan (NBK). In the first half of 2014, deposits amounted to more than 11 trillion tenge [1].

According to the Concept of development of the Republic of Kazakhstan financial sector until 2030 one of the issues of further development of credit institutions is the solution of existing high level problems of non-performing loans and a lack of long-term funding sources, negatively impacting the credit activity of banks [2].

Issues of credit institutions activities monetary regulation efficiency improvement are of particular relevance, in order to promote lending into economy, to achieve financial stability, to improve the investment climate and to create conditions for economic growth.

Analysis of recent researches and publications. Monetary instruments of economic processes regulation are in the center of attention of many

researchers and economists. The defining role of monetary regulation methods was justified way back by monetarism representatives. According to M. Friedman, it is possible to achieve economic stability most quickly and effectively, using monetary regulation methods [3]. We can mention the works of M. Lewis, P. Mizen, G. Taylor, S. Walsh among subsequent researches of different aspects of monetary policy [4, 5, 6]. Works of such Russian scientists as V. Zhukovskiy, A. Aganbegyan, M. Yershov, S. Moiseev, A. Ulyukayev and others, were dedicated to the issues of monetary policy improvement [7, 8, 9, 10]. Works of N. Kuchukova, L. Sembiyeva and others, research problems of realization of monetary policy in Kazakhstan [11, 12].

Highlighting previously unresolved parts of common issue. In order to make adequate decisions, related to monetary policy, it is necessary to assess the significance of the impact of individual methods and tools on credit institutions activities.

The purpose of study based on the analysis of development tendencies of monetary policy, conducted by the Republic of Kazakhstan National Bank and to identify its impact on credit institutions activities.

The main results of study. In order to impact activities of credit institutions the National Bank of Kazakhstan uses the indirect classic instruments of monetary policy, such as operations on open market, constant mechanisms, and minimum reserve requirements.

Under the interest rate policy the NBK sets the official refinancing rate, the interest rate on reverse REPO operations, in order to influence market interest rates on the financial market in the monetary policy framework.

Central banks in their modern practice, affect the value of the monetary base, by adjusting the level of refinancing rates. In case of increased demand for credit resources and the threat of the economy "overheating", Central banks use a policy of "dear money", increasing the refinancing rate. The increase of interest rates reduces the demand of credit institutions for credit and reduces the amount of reserve balances (cash basis). Changes of monetary base lead to corresponding changes in the money supply, increased with the money multiplier effect. Due to rising cost of credit, demand for investment is reduced, slowing the growth of production and inflation, increasing the unemployment. In the event of economic activity downturn, stagnant production, Central banks use the policy of "cheap money" by marking down the refinancing rate, thereby expanding the volume of credit provision, stimulating investments and production growth. In this case the risk of rising prices is increasing.

It should be noted that because of the fact, that amount of loans received by credit institutions from the Central Bank at present is relatively minor, the refinancing rate is likely performs as an indicator of intentions of the Central Bank's future monetary policy, indirectly influencing the level of market interest rates ("the signal effect").

Until 2007 in the Republic of Kazakhstan, the refinancing rate was slightly higher, than the rate of annual inflation. In 2007 annual inflation has far exceeded the refinancing rate (7.8%), then in 2008-2009, the refinancing rate was set higher than the annual rate of inflation at 1-1,2%. In 2011, the refinancing rate was raised to 7.5%, i.e. exceeded inflation by 0.1%. During 2012, the official

refinancing rate of the Republic of Kazakhstan National Bank has been revised to 4 times downward, to the level of 5.5 percent per annum. In 2013-2014, it has remained at the level of 5.5%.

In 2012-2013, the interest rate policy of the NBK can be characterized as soft: refinancing interest rate was less than the level of annual inflation. Generally low level of interest rates of the Central Bank, in comparison to the level of inflation is one of the forms of economic distribution of financial resources, an additional source of subsidies for enterprises in the real sector of the economy at the expense of commercial banks resources.

Comparing the refinancing rate of the NBK with the level of credit interest rates, it can be noted that since 2010, situation with rates of interest on credits provided to the economy, issued by credit institutions, has been improved (figure 1). The weighted average interest rate according to the NBK, after reaching a peak of growth in 2008, in 2009 decreased to 14.1%, in 2010 to 12.7%, in 2011 to 11.0%, in 2012 to 10.5%, in 2013 to 10.0%. Therefore, reduction of refinancing rate has a significant impact on reduction of interest rates on credits provided to the real sector of economy. However, the difference between refinancing rate and interest rate on credits provided to the economy remains quite significant (4.5% in 2013).

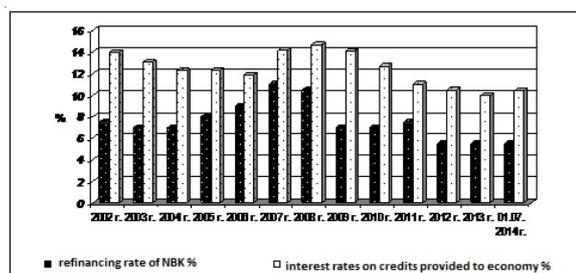


Figure 1. Impact of refinancing rate on interest rates on credits provided by credit institutions

Another important instrument of monetary policy, providing equilibrium to the money market, providing liquidity of credit institutions is the norm of National Bank minimum reserve requirements.

In 2012 the mechanism of minimum reserve requirements has changed the method of minimum reserve requirements definition, as well as the structure of bank liabilities, accepted for the calculation of minimum reserve requirements and structure of reserve assets. Minimum reserve requirements are established separately for the domestic short-term liabilities, domestic long-term liabilities, current liabilities, external long term liabilities (figure 2). Differential regulation began to promote the limit of short-term speculative capital inflow, diversification of bank portfolio, development of long-term bank instruments market, decrease of pressure on foreign exchange market. From the structure of reserve assets were excluded cash and correspondent accounts in foreign currency. The formation of banks reserve assets only through tenge assets will allow the National Bank to adequately evaluate the level of free liquidity of tenge in money market, more clearly respond to changes in demand for the national currency and, accordingly, to improve the efficiency of liquidity regulation operations.

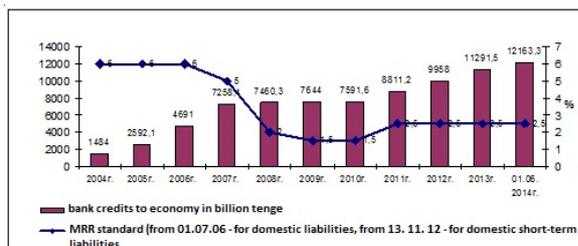


Figure 2. MRR standards and volumes of credit provision to Kazakhstan economy

Changing the standards of mandatory reserves effect the activities of credit institutions in terms of money multiplier. However, it is believed that this is a very blunt instrument, which is not allowing the "fine-tuning": multiplier considerably increases even small changes of reserve requirements. In addition, this tool does not allow controlling of commercial banks excessive reserves, as well as the ratio of "cash-deposits". Both of these parameters depend on the inflationary expectations of banks, enterprises and public, from the stability of the banking system, and the ratio of expected return and investment risk. Therefore, in most developed countries, this tool almost never used.

As the instrument of monetary policy, open market transactions were initiated by the National Bank since 1996, in order to regulate the monetary base and liquidity of government securities. Currently, according to official data of the National Bank of Kazakhstan, the volume of state securities of the Ministry of Finance and short-term notes of the National Bank in circulation as of 1 January 2014 was 3622,3 billion (figure 3).

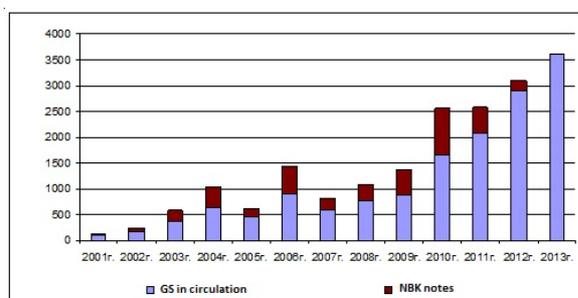


Figure 3. Government securities in circulation

Thus, in the period from 2012 to 2013, the volume of short-term notes of the National Bank of Kazakhstan in circulation decreased gradually, on the background of a gradual increase of the total government debt. This is largely due to the need to increase the attractiveness of securities of the Ministry of Finance, the slowdown of exports growth, reducing the need for sterilization of foreign exchange intervention and other.

Analyzing the effectiveness of monetary policy in the Republic of Kazakhstan, it should be noted that the open market transactions currently, remain underutilized. The main reason for the impossibility to use open market operations to sterilize the money supply is the underdevelopment of the domestic financial market. Government securities continue to be not enough attractive instruments of investment for credit institutions.

The "Main directions of monetary policy for 2013" has provided the introduction of new tools that will strengthen the role of the National Bank and to regulate liquidity of the money market enough flexible [13]. Thus, the National Bank of Kazakhstan has launched a new tool - the auctions for the purchase of securities with a repurchase. It was assumed that the auctions for the purchase of securities with a repurchase will provide banks with liquidity for a period of 2 weeks, i.e. the timing will coincide with the timing of banks compliance with minimum reserve requirements.

Conclusions and prospects for further development in this direction. Currently, the national Bank has a defined set of monetary policy instruments to control rates and regulate liquidity. However, because of insufficient development of the financial market, activities of the National Bank's on management of market rates are not efficient enough. However, improving existing tools, developing new tools and approaches to monetary policy, the National Bank performs its role on regulation of credit institutions activities. Under these conditions, it is necessary to conduct further research in development of effective and permanent transmission mechanism of monetary policy.

References:

1. Statistical bulletin of the Republic of Kazakhstan National Bank for 2014 - (internet-resource: <http://www.nationalbank.kz/cont/> access date 12.10.2014).
2. The concept of development of financial sector of the Republic of Kazakhstan till 2030, approved by the decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated August "29 " 2014 No. 954
3. Friedman, M. The role of monetary policy // American Economic Review. 1968. No. 58(1).
4. M. Lewis, P. Mizen "Monetary Economics" Oxford University Press 2000
5. Taylor, J. The robustness and efficiency of monetary policy rules as guidelines for interest rate setting by the European Central Bank // J. of Monetary Economics. 1999. No. 43.
6. Walsh, C. Monetary theory and policy. Cambridge: MIT Press, 1998
7. Zhukovskiy V. Overview of the major events and consequences of the latest monetary policy // Russian economic magazine. - 2012. - No.5. - P. 48-64
8. Aganbegyan A. G., Yershov M. V. On the relationship of monetary and industrial policy in the activity of Russia banking system //Money and credit. - 2013. - No.6. - P.3-11
9. Moiseyev S.R. Monetary policy: theory and practice. Learning guide. - M.: Moscow financial-industrial academy, 2011. - p. 784
10. Ulyukayev A.V. Modern monetary policy. Problems and perspectives. M.: Deal, 2009.- p. 357
11. Kuchukova N.K. Macroeconomic aspects of development of the financial-credit system of the Republic of Kazakhstan: tendencies and perspectives. - Astana, 2011
12. Sembiyeva L.M. Monetary policy in providing sustainable development of Kazakhstan economy: theory, methodology, realization mechanism. - Almaty: Economics, 2007. -p. 356
13. The main directions of monetary policy for 2013, approved by Resolution of the Board of National Bank of Kazakhstan January 25 2013

УДК 338.48(574)

Зияда БОРБАСОВА, доктор экономических наук, профессор, зам. директора НИИ новой экономики и системного анализа при КЭУК, 100009 г. Караганда, ул. Академическая, 9, borbasova@mail.ru, +77013907309

Сайран УЛАКОВ, кандидат экономических наук, профессор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, 100009 г. Караганда, ул. Академическая, 9, Ulakov_C@mail.ru, +77013838910

Юрий ОСИК, кандидат технических наук, профессор Российской академии естествознания, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009 г. Караганда, ул. Академическая, 9, ossik2006_@mail.ru, +77025136521

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА И НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Рассмотрены проблемы маркетингового подхода к формированию имиджа, созданию и продвижению бренда Казахстана как национальной идеи. Дано теоретическое обоснование необходимости на основе использования маркетинговых инструментов формирования имиджа страны, как привлекательной для инвестиции и туризма территории. Установлено, что создание и продвижения его надо рассматривать как длительный процесс, в противовес тем мнениям, где высказываются о срочности и сиюминутности. Описано в качестве примера формирование имиджа, создания и продвижения бренда Германии в период подготовки к Чемпионату мира по футболу 2006 г. Данный подход, по мнению авторов, возможен при подготовке к ЭКСПО-2017 и Универсиаде-2017. Даны предложения по применению маркетинговых инструментов для укрепления имиджа Казахстана.

Ключевые слова: маркетинг, имидж, брендинг, бренд страны, опыт Германии, позиционирование бренда Казахстана, ЭКСПО-2017, энергия будущего, туризм.

Зияда БОРБАСОВА, экономика ғылымдарының докторы, профессор, ҚКЭУ жанындағы Жаңа экономика және жүйелік талдау ғылыми зерттеу институтының директордың орынбасары, 100009, Қарағанды қ. Академическая көш, 9, borbasova@mail.ru, +77013907309

Сайран УЛАКОВ, экономика ғылымдарының кандидаты, профессор Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қарағанды қ. Академическая көш, 9, Ulakov_C@mail.ru, +77013838910

Юрий ОСИК, техника ғылымдарының кандидаты, Ресей жаратылыстану академиясының профессоры, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қарағанды қ. Академическая көш, 9, ossik2006_@mail.ru +77025136521

ИМИДЖДІҢ ЖӘНЕ ҰЛТТЫҚ БРЕНДТІҢ ҚҰРАЛЫМЫ СИЯҚТЫ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫНЫҢ ФАКТОРЫ ҚАЗАҚСТАНДА

Мақалада Қазақстанның имиджін ұлттық идея ретінде қалыптастыру және брендін жасап жылжытуды маркетингтік тарапынан іске асыру мәселелері қаралған. Маркетингтік құралдарды еліміздің имиджін қалыптастырып, оның территориясын инвестиция мен туризм үшін қалаулы болуына теориялық дәйектеме берілген. Мақала авторлары еліміздің бірегей ұлттық брендін жасаудың қажеттілігін атай отырып, бұл жерде кейбір басылымдардағы көрініп қалып жүрген, асығыстыққа жол бермеуді, мұның ұзақ мерзімді үдеріс екенін де ескертеді. Бір көңіл аударарлық мәселе, авторлардың ЭКСПО-2017, қысқы Универсиада-2017 қарсаңында еліміздің имиджін көтерудің өте ыңғайлы жолы ретінде Германияның осыған ұқсас тәжірибесіне сүйенуді ұсынады. 2006 жылғы футболдан әлем Чемпионаты қарсаңында сол елдегі тәжірибеден өтіп жақсы нәтиже берген маркетингтік тәсілдерді Қазақстан имиджін көтеру үшін де қолдану мүмкіндіктерін нақты дәлелдермен, ұсыныстармен көрсете білген.

Түйінді сөздер: маркетинг, имидж, брендинг, елдің бренді, Германияның тәжірибесі, Қазақстанның брендінің позициялауы, ЭКСПО-2017, келешектің қайраты, туризм.

Ziada BORBASOVA, doctor of economic sciences, professor, the deputy director of Research Institute of New Economics and the system analysis at KEUK, 100009, Karaganda, Akademicheskaya St., 9, borbasova@mail.ru, +77013907309

Sairan ULAKOV, candidate of economic sciences, professor of Karaganda Economic University, 100009, Karaganda, Akademicheskaya St., 9, Ulakov_C@mail.ru, +77013838910

Yuri OSSIK, Ph.D., professor of the Russian Academy of Natural Sciences, Karaganda Economic University, 100009, Karaganda, Akademicheskaya St., 9, ossik2006_@mail.ru +77025136521

IMAGE AND NATION BRAND FORMATION AS TOURISM DEVELOPMENT FACTOR IN KAZAKHSTAN

The role of marketing in shaping the image and creating a national brand of the country as a factor in the development of tourism in Kazakhstan.

This article discusses about the marketing approach to image formation, creation and promotion of a brand of Kazakhstan as a national idea. The theoretical substantiation of necessity for using marketing tools is given as a form of the country's image for developing tourism and territory. The authors, recognizing the importance of a single national brand of the country, at the same time warned that the creation and promotion it must be seen as a long process, as opposed to those opinions. Interesting and worthy of attention, those who are directly responsible for the formation of the image, creating and promoting the country's brand, is the example of Germany in solving this problem, which is used in preparation for the World Cup in 2006. This approach is possible, according to the authors, in preparation for the Expo-2017 and Universiade-2017 and proposals are given to apply similar marketing tools to enhance the image of Kazakhstan.

Keywords: marketing, image, branding, brand of the country, the German experience, brand positioning Kazakhstan EXPO-2017, the energy of the future, Tourism.

1. Symbols and brands in consciousness and behaviour of the modern consumer

The phenomenon of consumer consciousness has already been the focus of special humanitarian and applied researches for a long time. At that along with material well-being growth a symbolic aspect of consumerism is emphasized still oftener. R. Barthes, J. Baudrillard, F. Jameson, P. Bourdieu, M. Foucault and other competent authors analyzed a semiotic character of consumer relations from different methodological viewpoints. Baudrillard's concept seems the most consistent of all the rest. Beginning from sketchy The system of objects and concluding with the creation period of For a critique of the political economy of the sign, Baudrillard strictly adhered to the same theorem of consumerism: "Consumption, as much as this word actually means, is activity of a systematic manipulation of signs" [1].

From this viewpoint consumerism is reduced not to consumption of things or services proper, but only of content mediated by them (for example, social status). The goods becomes an element of some peculiar symbolic constructor.

The important psychological factor, defining the relation to the goods, is the brand. According to David Olgyvy the brand is an intangible sum of properties of a product, service or firm. (Initially in America a brand - incandescent iron for marking cows within a herd and a brand itself on cattle croup or ear) [2].

Earlier it was considered, that the brand is a synonym of a famous trademark. In modern consumption the brand is the goods/service/company, possessing psychological resources (value), but neither its trademark (brand name), nor the set of ideas about it (associations of a brand or a brand myth), nor the system of ideas, images about it (brand image). The brand meaning given in the dictionary of economic terms: the world famous trade mark; the product protected legislatively; the company (its name) or the concept separated from a lot of the same kind by public consciousness.

The theme of our research is connected with a collective, complex brand - a brand of places and of a country as a whole. About these brands there are much less publications, than about brands of products, services and firms although the interrelation between

the first and the second exists and it is rather complex one.

2. From branding of the goods and services through place branding towards country branding

For successful participation of Kazakhstan in competition among countries, and also for its effective integration into world economic area one needs research and development of its competitive advantages, including - of branding and image nature. Country image is formed not only by means of popularisation and purposeful distribution of the positive information about products services and firms, but also is based on all sides of social life and economy of separate territories and countries as a whole.

Place branding in many developed countries has become one of efficient tools of their territory (city, region, country as a whole) development. In the CIS countries place branding principles started to be used rather recently where the concept proper has just begun to be included into system of marketing of these countries, the Given method assumes planning and territory development as single integral investment or tourist object. Thus, place brand - set of well-established images, opinions, events, products and services, associated by target audiences with definite territory, and in total - with a country. This image can be unified (if constituent brands of places, individual companies and organizations harmonize with each other) or fragmented (if a country is torn apart by contradictions - ethnic, political, cultural and language, etc.).

The integral country brand is made up of great number of components: political or public figures of the given state, separate areas of its vital activity - power, economy, army, foreign and domestic policies, culture, outstanding figures etc. It is that that defines reputation the state gets or will get in consciousness of world community as a result of interactions of either of its subjects (territories) with the rest of the world. Therefore the country brand is a cumulative indicator of authority and success of its actions on international stage, opinion estimation of the foreign public about a country. Today it is already acknowledged, that programs of creation and promotion of a brand, formation of country image in the modern world it is possible and it is necessary to carry out with use of marketing tools.

When comparing present time with the time of independence of Kazakhstan beginning, citizens of our republic see the enormous positive changes, a new image of the country constructed the worthy present and resolutely directed to uneasy globalized future. And do other world countries know this renewed rapidly developing Kazakhstan? Or do many of them still associate our republic with agrarian and raw material backwardness and mainly culture of nomadic shepherds? Even not all citizens of Kazakhstan notice and adequately estimate dramatic changes of successful entry of the country in global social and economic community, in the Eurasian and world culture. Our rich and glorious history, our present outstanding successes we report insufficiently about to world community, we work insufficiently on creation of brands of Kazakhstan territories and the country as a whole.

One of the reasons of delay use of areas branding - unwillingness to apply marketing principles, as it demands transition from "object" method (remained after the planned economy), to marketing one - "territorial". Certainly, and using "object" approach too development strategies were worked out considering attraction of investments and tourists. However they have been aimed only at certain objects. At such approach the investor or the tourist sees one or several objects, but by no means a territory (country, region) as a whole with all its advantages, amenities, possibilities and potential.

Place marketing assumes its development as unified investment or tourist object, with all its potential of investment, business and tourism. All attractive objects of investment and tourism, are promoted together (under an umbrella) with a territory itself, as its part. And the most important thing, they consider not only tangible assets (bowels, combines and sports complexes and other industrial and residential funds), but also intangible assets - personnel potential, advantageous geographical location, unique climatic features, mentality, rich historical heritage, varied and original cuisine, language, interesting traditions and customs and so on. Investors, tourists and business see the whole territory as single unique living organism where it is possible to invest in and to spend time with interest. In the set of all these constituents the territory takes definite outlines clear for target audience, i.e. an image, and so country brand as a whole. Thus, brand of places merges in an integral image - country brand. And the country brand can be used successfully in development of the whole territory and its tourist places in particular.

What to begin brand creation with? Many people reduce everything to draw a logo and to think up a slogan for a region. The falsity of such an approach was proved by well-known scientists Simon Anholt, Philip Kotler, Donald Haider, Irving Rein who have brought an essential contribution to the solution of a problem of study of places branding. As far back as in 1993 since publication of the book "Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations" by D. Haider, Ph. Kotler and I. Rein there has been a concept, that in the modern world citizens become consumers, and territories (cities, regions and countries) - products [3]. In 2002 S. Anholt,

one of leading world experts in branding area, has used "places branding" phrase as a term for the first time. According to Anholt's theory (hexagon), there are six elements of a modern place brand: tourism, export brands, policy, business and investments, culture, people [4-5]. Only on the basis of an optimum combination of all hexagon corners it is possible to become successful in branding of country territory [6]. The "place brand" phrase that was perceived in Kazakhstan several years ago as something new, fashionable and hard to understand, nowadays becomes widely used among representatives of tourist industry and bodies of the state and regional authorities. In recent years tourist branch problems are in the focus of attention of the Government of the RK. So, in the country "Development of tourist branch of the Republic of Kazakhstan for 2011-2014" target program has been approved and is being carried out.

They address to branding at times not because there is urgent need in it, and according to "we want to have a brand too" principle. Hence, in our opinion, errors, disappointments and following negation of branding as a marketing tool. Here the relation to idea of brand as reflexion of ambitions and aspiration to bombast manifests itself. One should remember that branding is by no means reduced to the formulating of brand idea. The idea is the second step, and the first one is the marketing analysis of preferences of citizens and foreign tourists, and is also the competitive environment research. Creation of successful tourist brand is work for years ahead in an information, infrastructural and legislative area, and also in personnel training sphere. A lot of people think, that it is necessary to select such a slogan (symbol, logo, event) which will speak for itself, the rest is allegedly details, unacceptable. Even local, world famous brands, such as Oxford, New York, Paris etc., have emerged not as a result of special brand campaigns, and were naturally formed throughout centuries.

If to speak about Kazakhstan then quite often catchy slogans, as a rule, are not supported by any unique specific offer for the tourist; there is no popular, practically applicable territory image and understanding what exactly the tourist will get by visiting a positioned place and what one should expect from the given destination. Examples: "Burbabay - the second Switzerland"; "Astana - heart of Kazakhstan"; "Almaty - southern capital"; "Kazakhstan - heart of Eurasia" etc. The geographical associating is good if a geographical object possesses exclusive tourist fame and clear advantages to the visitor, however if it has no unique properties and characteristics known to public at large it will be just one of many. Here it is possible to speak only about addition to a ready territory image, but not about its creation and orientation to this uniqueness. To integrate a territory into the "talked-up" routes does not always help. Because at failure of such integration - attempt to create own twin brand, as a result can turn into endless chain of very look alike museums, mosques, landscapes and finally cities (for example, cities on the Silk Way), regardless on territory of what country they are situated either in Uzbekistan or in Kazakhstan. Example of such an approach for us if not to make

corresponding marketing decisions, there even can be such an international project of Turkic languages countries on creation of mutual "Modern Silk way" project where Kazakhstan will become a coordinator [7].

Traditionally the state occupies itself with the problem of formation of national image, nation-wide brand in all countries of the world. Experts agree about opinion, that always the customer and the initiator of new national idea in Kazakhstan is ambitious and charismatic leader being in power since the first days of independence of Kazakhstan - the President of Republic - the Leader of the nation N.A.Nazarbaev. Many of known events of universal importance took place in Kazakhstan mostly thanks to the main newsmaker of the country Nazarbaev N.A., to his exclusive gift to put forward creative and ambitious ideas in creation and realisation of event measures, in working out of strategic programs on development of either aspects of the state. So, the President of Kazakhstan is sure, that in the economic aspect we may become the bridge connecting advanced economies of the European Union (on the one hand), and dynamical fast-growing economies of East, Southeast and South Asia (on the other hand). If to look at it more broadly, then he as the advocate Eurasianism, has made to all CIS countries the unique offer - to create large economic area in the centre of Eurasia as area of mutual development embodied in the form of the Euroasian Economic Union (EAEU). Therefore it is no coincidence that national brand promotion becomes an economic direction. As the beginning of the given campaign was the message of the President of the Republic of Kazakhstan of N. Nazarbaev to the people of Kazakhstan in 2006 called "Strategy of Kazakhstan entry among 50 most competitive countries of the world". The given message had program nature for the whole PR-strategy of Kazakhstan in an economic direction and in it key priorities of positioning of Kazakhstan in the world market are sorted out [8-9]. They were continued and corroborated in the subsequent annual messages of the President of the country to the Kazakhstan people (and to the world as a whole), in particular in 2013 and 2014.

So in the state policy the basic value has developed - to play the important role in social and political events of the Euroasian area. Kazakhstan, due to its geographical position - on Europe and Asia junction, is some kind of crossroad of the worlds, combining cultural values of these parts of the world within itself. In Kazakhstan two world religions - Islam and Christianity became closely intertwined, more than 100 nationalities live well. The strategic transport ways lay across the country territory connecting Asia with Europe, Russia with the countries of the Central Asia. And accordingly through Kazakhstan "path" of migration flows bearing within a part of culture of various people and settling in this country in some way or another (the Silk Way continues) was made. The Kazakh people themselves nowadays absorb the best values of the western culture. Especially it is pronouncedly remarked among inhabitants of cities and youth, its wishes to accept and live according to the values of the West - freedom and emancipation. Thereby the Kazakh people, its majority still remaining in eastern mentality

without losing contact with origins, with collectivism and unity of the East (China, Korea, Malaysia, Japan), also want to live according to the best European values.

Country image, by definition of the World Tourism organisation, is a set of emotional and rational ideas following from comparison of all country signs, one's own experience and rumors influencing creation of a certain image. All listed factors allow, at the mention of the name, at once to make the whole chain of associations in relation to the given country. How to ensure a positive country image? Opinions of politicians are not much different in this respect. The president of Kazakhstan N.Nazarbaev as, the leader of one of the independent countries appeared not so long ago on a world map, has defined following major factors of his republic appeal: political stability, friendly relations with neighbours, high degree of market economy development together with efficient state regulation.

Thus, the positive authority of Kazakhstan and in particular its leader - the President of Kazakhstan N.A. Nazarbaev, on the one hand, deserves working out and creation of brand corresponding to high country authority on a global scene and to a worthy standard of living of Kazakhstan citizens. On the other hand there is an urgent need in it for creation of an image of appeal of the country and its people for visitors, tourists and all world community.

Adoption and carrying out of the long-term national "Brand of Kazakhstan" program will help not only to form recognizable positive image of the country in the world, but also will promote emergence of Kazakhstani national identity, mutual sense of goal and national pride that will help to unite Kazakhstan round the single national idea - economic country development (entry of Kazakhstan in among 30 developed countries of the world). As we have already mentioned, this process is very long and it is not limited by some timeframe to achieve the aim. Therefore image formation should be carried out by sequence of continuous events directed on its improvement and positioning of the country in the world.

Preparation and carrying out of two important international events - the Winter University Games in Almaty and EXPO - 2017 "Energy of the future" exhibition may become the important events favouring creation and positioning of brand of Kazakhstan. They will be a starting point which will allow Kazakhstan to promote its brand and to form image not only as the country being in the heart of Eurasia, and as an innovative and ambitious country constantly aspiring to adoption of new technologies, the country with strong scientific potential directed in the future (Nazarbaev university and colleges of world level in Astana and Almaty, Nazarbaev intellectual schools all over the country, etc.); the country where there are all conditions for those who is ready to invest capital which will be reliably protected and will work for the mutual benefit.

3. Germany experience to carry out image campaigns

Creation of country brand - cause of all its inhabitants, beginning from the head of state and concluding with an average citizen. In our opinion, the experience of Germany can be as an example how to carry out image campaigns on the eve of forthcoming significant world events in Kazakhstan in 2017.

It is well known that in German culture soccer occupies a special niche and is a part of a daily life of people. Therefore among huge number of campaigns directed on formation of Germany image none of them cannot be compared with campaign to strengthen the national brand that begun in 2004 within the frameworks of preparation for World Cup 2006.

Everything has begun with awareness by the higher political persons of Germany, that the country is getting the negative image owing to increase of unemployment rate and slow rates of economic growth. To change the situation which threatened outflow of highly skilled specialists and decline of macroeconomic indicators, they required campaign that would show Germany as innovative and ambitious country where there were all conditions for life and capital investments.

For the first time the central idea of future image campaign was voiced during an inaugural speech of the President of Federative Republic of Germany Horst Köhler who mentioned that Germany - Land of Ideas, encouraging experiments and inquisitiveness; courage, creativity and wish to create something new, without forgetting former achievements. Potentially considerable social and economic effect from planned image events has led to consolidation of the state and society under patronage of the President of Germany [10]. Official campaign sponsors were the Government of Germany represented by the Ministry of Economy and Technologies, the Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of Education and Research, and also the Federal Union of the German Industry (BDI). The initiative to change Germany image caused state-private partnership concerning PR measures. To coordinate and carry out measures the coalition of the largest companies of the country created "FC Deutschland" legal person composed of 23 companies including world famous - Deutsche Bank, Audi, T-mobile, Lufthansa. The estimated image campaign budget was €20 million, of which 10 million was given by the federal government and 10 million - BDI [10]. Campaign working out has begun in 2004, and in the middle of 2005 (on June, 14) Minister for Internal Affairs Otto Schily and BDI vice-president made presentation of "Germany - Land of Ideas" campaign. The key idea of the given image campaign, according to developers' opinion - the given phrase combining positive features of Germany within the country and abroad: science and culture nation, the country of poets and thinkers, innovation products with "made in Germany" brand. The central idea embodies the quality Germany is valued for all over the world: inventiveness and creative passion, perfect quality.

To inform address groups of the central idea they began to carry out five developed projects mainly in 2004 due to the fact that Germany got the right to hold the World Cup. They considered that sporting event of such kind draws a huge public response, attracts media attention, promotes inflow of tourists and enables the country to show its achievements.

On the threshold of 2006 image campaign launch in a number of large cities of the world - in the USA, in France, in the Great Britain, in Japan - they installed TV screens showing shots from "Germany - Land of ideas" film specially prepared for this instance. To provide

media support of special five projects in August 2005 on <http://www.land-of-ideas.org/> campaign site they created "Media Service" which was unique information resource for 15 thousand journalists who were going to visit Germany in 2006 to cover the World Cup. The given resource provided audio/video/text data on Germany and the image campaign; on possibility to establish various contacts; data where matches take place and any information about Germany, selected taking into account interests and country of person interested.

In 2005 there were large image events, mostly directed on work with mass media to inform address groups of the information on the campaign beginning which helped to understand their point more deeply. We believe they are very important for understanding of their orientation and we give them in chronological order:

- June, 14, 2005 "Germany - Land of Ideas" campaign and its six projects were presented.

- August, 26, 2005 "Germany - Land of Ideas" campaign becomes the official partner of the 2006 FEI World Equestrian Games.

- September, 13, 2005 the international presentation of the campaign and the second project "Welcome to Germany - Land of Ideas".

- October, 3, 2005 on Germany Unity Day (Tag der Deutschen Einheit) Brandenburg becomes a partner of the campaign and on the same day "Germany - Land of Ideas" campaign fan club was formed. The fan club aims to encourage a sense of belonging of people to Germany and the carried out campaign, and also to favour meetings of people who are optimistic, love their country and aim for the future.

- October, 27, 2005 organizers of the campaign declared there would be tour from November, 1st till December, 31st through 12 cities where matches would take place. The tour purpose - to give the chance to people to feel involved in the World Cup organisation. During visiting of cities they plan to hold sporting events and games, and also enroll new fan club members.

- December, 5, 2005 the announcement of 365 participants of the third project "365 Landmarks in Land of Ideas".

- December, 6, 2005 the international presentation of media service for journalists on a campaign site where till 2006 spring they planned to prepare collections of materials for journalists from 40 countries and to grant access to 1000 articles and photos too.

- December, 22, 2005 presentation of prototypes of sculptures for "Walk of Ideas" project.

- December, 29, 2005 opening of the World Cup year in Germany. On the square in front of the Brandenburg gates in Berlin representatives of each of the countries, taking part in the World Cup, are welcomed by the Minister for Internal Affairs of the Federative Republic of Germany and the mayor of Berlin.

The opening ceremony of the World Cup year "Welcome to Germany - Land of Ideas" was broadcast on 300 channels.

Events within image campaign frameworks that had taken place from June 2005 till January 2006 resulted in unprecedented response of mass media. For the given period in print media, on TV and on the Internet there

had emerged about 7143 messages about the campaign which reached about 471 million people. About 40 thousand people became the fan club members, about 55 thousand copies of the guide to the Land of Ideas. About thousand international journalists made use of materials of "MediaService" information resource on the campaign site

In 2006 they began to carry out five main projects on this basis:

1 project: "Welcome to Germany - Land of Ideas". Project realisation has begun on October 3, 2005 on Germany Unity Day. 226 embassies and consulates received collections of materials about Germany and the image campaign to distribute among visitors; all visitors of the country were welcomed at the airports, cities and stations. There was "Germany - Land of Ideas" campaign presentation during all celebrations in honour of Germany Unity in embassies.

2 project: "365 Landmarks in the Land of Ideas". Project realisation has begun in 2005. Every year in Germany there is national competition among companies, research, cultural and fine arts institutes. The jury consisting of 18 persons chooses 365 innovative ideas which will be presented every day from January 1 till December 31. After all ideas have been presented winners in 7 categories are chosen. (Competition of 365 winners began to be held annually since then, it attracts a lot of public attention as participants present their ideas in all corners of Germany). The monthly campaign newsletter regularly covers competition events. Following the results of the competition they publish a book containing data about all winners that allows potential investors to familiarise with their ideas.

3 project: "Walk of Ideas". The project was carried out from March till May 2005. During this time in different areas of Berlin they installed six huge sculptures, symbolising wealth of ideas and inventive spirit of Germany. Sculptures reflect inventions and discoveries of the German people that continue to produce considerable effect on science, culture and technologies. Installation of each figure was accompanied by mass media attention mainly owing to the project sum (to create each sculpture they spent from 300 till 350 tsd. euros) and due to their installation in the most populous city places.

"Innovative football boots" was the first sculpture to be installed, reflecting the fact that the first football boots, allowing standing firmly on a wet and swampy football pitch brought to the victory of Germany in the World Cup in 1954, had been created by German Adi Dassler, who established Adidas company.

The second sculpture in the form of a huge pill is called "Milestones in medicine". It tells that the most popular analgesic pill in the world was invented in Germany by Bayer company; German researchers Felix Hoffmann, Robert Koch, Emil von Behring, Paul Ehrlich and Gerhard Domagk contributed a lot to medicine development; cardiac catheter and X-ray apparatus were created in Germany. And nowadays German scientists develop about 300 new medicines, including anticancer vaccine, one for treatment of heart beats, diabetes and Alzheimer's disease.

The third sculpture - "Automobile" was installed near the Brandenburg gates. It reflects successes of Germany automobile production: the whole world uses motors named in honour of Germans Otto and Diesel; such German makes as Audi, BMW, Mercedes-Benz, Opel, Porsche and Volkswagen enjoy wide popularity; thanks to Germany cars got air bags, ABS, ESP, four-wheel drive, etc.

The fourth sculpture - "Modern printing", reflecting the fact that due to the printing press invention by Gutenberg mass distribution of the first best seller the Bible became possible that in turn accelerated processes of the Reformation and the Enlightenment. Germany gave to the world great writers and thinkers - Goethe, Schiller, Mann, Grimm Brothers, etc.

The fifth sculpture - "Musical masterpieces", emphasizes huge contribution of German composers to creation of world famous music masterpieces - Mendelssohn's Wedding March, Beethoven's symphonies, Schumann's etudes, Bach's toccatas and Wagner's "Flight of Valkyrie".

The last sculpture - "Relativity theory" tells about creation by German Albert Einstein of the relativity theory that led to development of quantum mechanics and lasers Theodor H?nsch who in 2005 received the Nobel Prize in Physics.

"Walk of Ideas" project was one of the most successful one in the image campaign since creatively executed sculptures drew huge attention of journalists, population and tourists.

4 project: "100 Masterminds of Tomorrow" became a logical conclusion of "Walk of Ideas". Specially formed jury selected 100 persons who got considerable results in economics, science, art, etc. Within the frameworks of the given project they organized an exhibition where there were full-length photos biography and ideas of the selected 100 people. These people will have to form the future of Germany based on successes of past generations shown in the form of sculptures on "Walk of Ideas".

5 project: investment image promotion. Germany Trade and Invest and "Germany - Land of Ideas" campaign developed "Invest into Germany - Land of Ideas" program which goal - to improve Germany image as an ideal place to do business, using emotional address to potential investors. The single central idea for all five projects meant to convince investors that all put forward ideas are successfully implemented in Germany.

5 project also includes 10 subprojects, beginning from distribution of information booklets about Germany investment possibilities, conducting forums and concluding with one of the most unusual advertising campaigns with participation of German model Claudia Schiffer. The ad campaign consisted in putting up 11 posters with the model in the financial centres of London, Tokyo, New York. The first posters were displayed in London from June 5 till July 2, 2006, in Tokyo posters were displayed from June 26 till July 9. The campaign ended in New York where from 1 till 30 July at the Big Central Stadium 80 posters were put up. Before posters were put up press conferences were held in German embassies in each of the cities. The ad campaign was a great success which was proved by

placing of one of posters with Claudia Schiffer in the Advertising Museum in Paris.

Advertising campaign singularity consisted in that that posters appealed not to reason of potential investors, and to their emotions and sexual instincts. Each poster slogan was deliberately ambiguous because of the model covered only with the flag of Germany. For each city they selected different posters: more conservative ones for London and Tokyo, and with sexual context for New York.

Other slogans on this poster: "Follow your instincts. Invest in Germany"; "Invest in Germany, boys"; "Get your hands on a German supermodel". Another slogan on a poster for Grand Central Station (New York): "Grand ideas in a central location".

The six projects of the campaign considered above were carried out in logic sequence to achieve the largest effect. At first by means of "Media Service" project they created basis for coverage of the campaign and all aspects of Germany life in the media. The fan club formation and 365 landmarks in land of ideas competition allowed to involve the population in the campaign that in turn provided support to campaign events within the country. Creation of sculptures attracted a large number of tourists and attention of the media on the eve of the World Cup carrying out. Since March, 2006 the sculptures and the 100 masterminds of the country exhibition reflected a huge scientific heritage and potential of the country. After the demonstrated wealth of ideas its logical conclusion was the advertising campaign calling on the eve of the World Cup to visit Germany and to make investments.

The image campaign results:

- the most popular in history of Germany image campaign attracted the audience of over 3,5 bln. people;
- as of July 14, 2006 in Germany there appeared about 14200 articles regarding the campaign;
- the campaign initially planned to be over in the end of 2006, was prolonged till 2010;
- 22 large German companies became partners of the campaign (on the site in "Partners" section one can see innovative achievements and workings out of each of them);
- journalists mentioned, that after the World Cup end there were two winners - Italy and Germany as Germany was able to improve its image both within the country and abroad;
- according to researches after carrying out of the campaign the majority of Germans perceived their country as progressive, cosmopolitan, inventive and innovative.

From experience of carrying out of the campaign to strengthen the image of Germany it is possible to make following conclusions:

1. Carrying out of image improvement campaign is better to time to large international event which will automatically draw mass media attention.

2. Only joint actions of a society and the state will be able to provide campaign with resources and population support.

3. Constant presence of the higher officials of the state at the key events ensures the media attention and emphasizes true interest of the state in solving the problem.

4. Provision of mass media with any social, economic, cultural information ensures wider distribution of the central campaign idea.

5. At image improvement campaign its every detail should act to inform address groups about the key idea (projects showed innovationability, scientific potential and uniqueness of Germany)

6. Campaign should not be sporadic - it is necessary to create information occasions all the time.

7. The unconventional approach to boring topics - the campaign guarantee of success (posters with model Claudia Schiffer).

Germany image strengthening campaign was integrated organisation of a large number of events that touched on about 3,5 bln. people.

4. Possibilities and prospects of Kazakhstan national branding

The German image campaign experience described above may be used by Kazakhstan for working out of its own image campaign. Kazakhstan has time and possibility to do corresponding work before carrying out of 2017 University Games and EXPO 2017 which will ensure attention from mass media, inflow of tourists from all over the world. Involving private sector in image campaign will favour civil society activation and will unite the country. Thus, Kazakhstan may use all those tools which allowed Germany to score success: to involve young scientists, to tell about conducted workings out dealing with exhibition topics, to regularly give information on current events to the media, to create special body which would be engaged in solution of image problems, to use famous people for an advertising campaign.

Concerning our country "Kazakhstan - heart of Eurasia" project, put forward as image generating idea, may provide ample opportunities for realisation of dozens of new subprojects, covering all regions, cities and population strata. And these projects may be as innovative (containing the key idea of the EXPO - 2017 "Energy of the future"), as historical and cultural. 2017 Winter University Games with "Spread your wings" slogan will present to the world Kazakhstan as the country with athletic, creative young people directed to scientific knowledge. Along with today's innovations, it is appropriate to remind of those innovations that ancestors who lived in ancient Steppe of Kazakhstan gave to world civilisation. On the one hand, one can remember the contribution to civilisation development made by Kazakh ancestors (horse domestication, invention of boots, breeches, saddle, stirrups, horse harness, ancient monuments of writing, yurt, urban civilisation on Syr-Darya banks, musical instruments of Desht-i-Kypchak steppe - kobyz and dombra, teacher of mankind Abu Nasr al-Farabi, the second Mecca of the Islamic world - Turkestan with Hodzha Ahmet Yassau Mausoleum, Saks barrows and "Golden Warrior", Berelsky barrows, khan headquarters in Burabay, etc.) It will remind tourists, that where present Astana is located once there was an ancient steppe settlement "Bozok" (Blue Arrow) where headquarters of Kypchak khans was situated. Here it cries out for the analogy to the monuments of innovative football boots, printing, etc. of "Walk of Ideas" in the capital of Germany.

The exhibition will acquaint the world with multinational culture, ancient history, art, traditions and hospitality of Kazakhstani people, will increase recognizability and tourist appeal of Kazakhstan in the world community.

Result of carrying out of world exhibitions is expansion of the international, economic, political, cultural and scientific contacts. Carrying out of "Expo 2017" - the big step toward establishment of Kazakhstan as international exhibition and information and presentation platform. For EXPO 2017 not only in Astana, but also in different regions of the country they will prepare and will construct for attractive tourists objects

For example, in Akmolinsk oblast one will construct "Ethnoaul" cultural and tourist complex surrounded by an eco settlement consisting of 100 dwellings. During construction they will use only ecologically clean construction materials and "green" technologies - everything according to "Energy of the future" EXPO theme [11]. It is interesting, that during the EXPO Kazakhstan it is planned to promote one of key ideas of the President of the country N. Nazarbaev about transition to "green economy". He often says that transition process to environment-friendly economy will be accompanied by serious changes in a number of branches, it will generate new industry and will create qualitative workplaces. And this is idea for an exhibition which will draw hundreds of thousands tourists to visit it, specially constructed objects or those that are already in operation on industrial scale in different regions of the country (wind generators, large and small hydroelectric power plants in Almaty and East Kazakhstan oblasts, solar batteries in southern regions, etc.) Pride that such a grand event takes place on Kazakhstan soil, will produce patriotic sentiments upsurge of the country citizens.

To hold the Winter University Games in Almaty in 2017 is ideal possibility in order to show to the world amenities of the Republic of Kazakhstan. Sunkar eyes has become the mascot of the University Games. "Free and strong indigenous inhabitant of Kazakh steppes, it always defeats its enemies, often surpassing it by their sizes", - it is like this that developers positioned their eyes. The falcon quite corresponds to the Kazakh people spirit. The mascot to disclose the key concept of "Spread your wings!" slogan, is shown in the form of stylized wings.

It is necessary to consider for attraction of tourists that factor too that from organisation and carrying out level (brightness, spectacularity and hospitality) of the University Games which will take place during the winter period, on the eve of EXPO 2017. Organizers of the winter games should make so that they ensure full house of tourists at the second visit of the country during the summer period.

Each city of Kazakhstan may contribute its mite to formation of image and national brand promotion, proceeding from its peculiarities and achievement of today (Baikonur - space harbour, Karaganda - industry centre and scientific intelligentsia city, Aktau - city of oil industry workers and the centre of ancient Mangyshlak, Shymkent, Taraz - cities on the ancient

Silk way, Kurchatov - scientific centre of nuclear test on the soil of Kazakhs, channel in Sary-Arka steppe "Irtysh-Karaganda" and so on). In Astana there is already a realised project like "Walks of Ideas in Germany" in the form of an ethno-memorial complex "Map of Kazakhstan - Atameken" or "Kazakhstan in miniature". Near it there may be sculptural compositions and operating copies of objects devoted to innovative ideas, arisen on the Kazakh soil at the dawn of a human civilisation (domesticated horses, bullock cart, yurt, breeches, saddle, stirrups etc.). Ethnoauls and agrotourist complexes may and should be created also around such cities as Kokshetau, Karaganda and Pavlodar. They will become centres to demonstrate and hold various events according to national traditions within reach of Astana. It is necessary to note, what even without state support some entrepreneurs began to create agro - and ethnotourist objects in the mentioned cities. For example, 5 km from Karaganda "Kamila" farm by itself and using its own means began to create an agrotourist complex. Some scientists and students of Karaganda Economical University of Kazpotrebsoyuz were taking an active part in designing of the given complex. The complex includes riding hall and stables, falcon, quail and pheasant farms, stocked pond and a pond for beach rest, a cafe building, a complex of guest cabins with all conveniences, racecourse, model farms for keeping of cows, sheep, goats, camels and other animals. They will serve for child-rearing of townspeople and will teach to look after "their own" animals (each child will have an interim certificate on right of possession of a kid, a lamb, a chicken and so on). Near farms there will be beds for cultivation of vegetables, berries, fruit trees will be planted. They also become available to visitors where right from a bed parents with children can see and learn how they grow, gather a bunch of radishes, of spring onions, dill, and other garden-stuff, pick berries and fruit. Wind-generated installations will give the possibility to satisfy partly the complex need in the electric power.

By the time of carrying out of the EXPO - 2017 at a racecourse championship of teams of the country regions and ones from abroad for such games as "Kokpar", "Alaman baiga", "Kyz kuu", and also for individual ones as "Zhamby atu (sadak tartu)", "Oramal ilu" trick riding, "Tal shabu", "Falconry", etc. May take place. Such an approach organised in each of the regions, along with well planned marketing strategy will draw attention of tourists and will give a charge for national spirit upsurge of the people of Kazakhstan. "Kamila" agrotourcomplex project provides for possibility to carry out, near "Ethnoaul" by the population request, national weddings, solemn events - "as beru" initiation, "Kyz uzatu" (decorated horse wagons - in summer, in winter - troika sleigh) etc. Unlike exhibition model complexes of temporary nature, the given complex is designed as actually functioning and where there is an actual life with all attributes during whole-year. Such complexes, with support from the state in the form of loans and preferences, become considerable contribution to international image strengthening and to entry of Kazakhstan into 30 most developed countries.

List of references:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995. - 92 с.
2. Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей - Монография. - Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. - 296 с.
3. <http://www.sostav.ru/blogs/27523/4453>
4. Anholt S. Editorial: Place branding: Is it marketing, or isn't it? // Place branding and Public Diplomacy, Vol.4, 2008, pp. 1-6. Electronic resource: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2013/C20/029.pdf>
5. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. - 1-st edition. - Palgrave Macmillan, 2007. - 160 p. Electronic resource: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2013/C20/029.pdf>
6. Кудашева Л.О. Продвижение городской дестинации на основе концепции брендинга мест. Electronic resource: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2013/C20/029.pdf>
7. По маршрутам Шелкового Пути. Казахстанская правда №109 от 5 июня 2014 г.
8. Стратегия вхождения Казахстана в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира. Выступление Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева на совместном заседании палат Парламента, 18 января 2006 г. Electronic resource: http://adilet.zan.kz/rus/docs/K060002006_links.
9. Стратегия "Казахстан-2050": новый политический курс состоявшегося государства. // Electronic resource: <http://akorda.kz>
10. Имидж страны: Германия. Electronic resource: <http://imagebelarus.by/node/83376>. <http://kommersant.ru/doc/477147>
11. В рамках "ЭКСПО-2017" в Акмолинской области построят этноаулы. Electronic resource: <http://news.gazeta.kz/art.asp?aid=386061>

ТАЛИМОВА Л.А., доктор экономических наук, профессор, зав.кафедрой "Банковское дело"
Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза
КАЛКАБАЕВА Г.М., кандидат экономических наук, доцент кафедры "Банковское дело"
Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан,
г.Караганда, ул. Академическая, 9, aisanatazhbaeva@mail.ru, 8700-30-74-804

КРЕДИТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН)

В статье рассмотрены современное состояние кредитного взаимодействия банковской системы и реального сектора на примере отрасли легкой промышленности Казахстана. Выявлены основные причины недостаточного кредитного обеспечения предприятий легкой промышленности. Выявлены стратегические направления развития отрасли легкой промышленности Казахстана.

Ключевые слова: кредит, ставка вознаграждения, инвестиции в основной капитал, кредитное обеспечение

Лязат ТАЛИМОВА, экономика ғылымдарының докторы, "Банк ісі" кафедрасының меңгерушісі,
Гаухар КАЛКАБАЕВА, экономика ғылымдарының кандидаты, "Банк ісі" кафедрасының доценті,
Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая көшесі 9 үй, aisanatazhbaeva@mail.ru, +77003074804

БАНКТИК ЖҮЙЕ ЖӘНЕ НАҚТЫ ЭКОНОМИКА СЕКТОРЫНЫҢ ӨЗАРА НЕСИЕЛІК ӨРЕКЕТТЕСТІГІ (ҚР ЖЕҢІЛ ӨНЕРКӘСІБІ НЕГІЗІНДЕ)

Мақалада қазіргі уақытта банк жүйесі мен нақты экономика секторы арасындағы несиелік қатынастардың Қазақстан Республикасының жеңіл өнеркәсібі негізінде өзара байланыстың жағдайы қарастырылған. Жеңіл өнеркәсібінде несиелік ресурстардың жетіспеушілігі, дамудың стратегиялық бағыттары анықталған.

Кілтті сөздер: несие, сыйақы мөлшері, негізгі капиталға инвестиция, несиелік қамтамасыз ету

L.TALIMOVA, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of "Banking" Karaganda
Economic University Kazpotrebsoyuz
G. KALKABAEVA, кандидат экономических наук, доцент кафедры "Банковское дело"
Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан,
г.Караганда, ул. Академическая, 9, aisanatazhbaeva@mail.ru, 8700-30-74-804

INTERACTION BETWEEN CREDIT BANKING SYSTEM AND THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY (ON THE EXAMPLE OF CONSUMER GOODS INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN)

The article describes the current state of the interaction between credit banking system and the real sector on the example of consumer goods industry of the Republic of Kazakhstan. The basic reasons for the lack of credit support of consumer goods industry. Strategic directions of consumer goods industry development of the Republic of Kazakhstan were identified.

Keywords: credit, interest rate, fixed investment, credit support.

Являясь активным участником мировых экономических процессов, Казахстан стремится войти в число наиболее конкурентоспособных стран мира. Важнейшими условиями для этого являются создание сильной экономики, обеспечение устойчивого экономического роста. В связи с этим с 2010 года Казахстан начал реализацию Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию (ГП ФИИР) Республики Казахстан. Одним из приоритетных направлений данной программы является развитие отрасли легкой промышленности [1].

Как известно, легкая промышленность характеризуется быстрой оборачиваемостью капитала, высоким уровнем рентабельности, высокой наукоемкостью. Ее технологический цикл втягивает в свою сферу сельское хозяйство, химическую

промышленность и другие отрасли. Особенностью легкой промышленности является высокая мобильность производства и технологические возможности предприятий, позволяющие при конъюнктурных изменениях рынка, связанных с сезонными изменениями спроса и моды, осуществлять быструю смену ассортимента продукции, не уменьшая объемы выпуска и продаж. Позитивным фактором легкой промышленности является быстрая отдача вложенных средств, что позволяет эффективно использовать заемные и субсидированные средства.

Следует отметить, что в структуре мирового промышленного комплекса легкая промышленность входит в состав ведущих отраслей, на долю, которой приходится 5,7% в мирового валового продукта, более 14% занятых в промышленном комплексе. Мировая легкая промышленность характеризуется

постоянным экономическим ростом, связанным с увеличением населения Земли, повышением его благосостояния и покупательной способности. За последние пятнадцать лет мировой товарооборот продукции текстильной и легкой промышленности увеличился более, чем в 2 раза. Потребление тканей, одежды и обуви выросло в странах ЕС на 90,5%, в США - на 99,3%, в Японии - более, чем в 2 раза [2]. Сегодня лидерами в легкой промышленности являются Китай, страны Средней и Юго-Восточной Азии, а также страны Южной Америки. В этих странах легкая промышленность объявлена в качестве приоритетной для развития национальной экономики.

В Республике Казахстан отрасль легкой промышленности представлена продукцией текстильной и швейной промышленности, производством кожаных изделий и др. В период с 2009 по 2014 годы в сфере легкой промышленности наблюдался рост производства на фоне роста объемов валового внешнего продукта (ВВП) и валовой добавленной стоимости (ВДС) промышленности страны. За 9 месяцев 2014 года объем производства продукции легкой промышленности составил 46 млрд. тенге [3]. Однако, несмотря на положительную динамику роста объемов производства, доля отрасли легкой промышленности в объеме ВВП в 2013 году оставалась довольно низкой (0,19%). Также низок вклад отрасли в объем промышленного производства (0,36%) и объем обрабатывающей промышленности в частности (1,11%). Необходимо отметить, что 10 лет назад вклад отрасли легкой промышленности был значительно выше. Соответствующие показатели представлены в таблице 1.

По результатам аналитических исследований отечественная легкая индустрия обеспечивает внутренний спрос не более, чем на 10% [4] (порог экономической безопасности составляет 30%). При этом около 8% приходится на швейную и текстильную

подотрасли, на кожевенно-обувную - менее 2%. Отрасль легкой промышленности остается слаборазвитой и низкорентабельной благодаря как факторам внешней, так и внутренней среды отечественного бизнеса.

Для обеспечения диверсификации и повышения конкурентоспособности продукции легкой промышленности Республики Казахстан была утверждена Программа по развитию легкой промышленности на 2010-2014 гг., были определены механизмы государственной поддержки данной отрасли [5]. Вместе с тем, принятые меры до сих пор не принесли существенных положительных результатов.

В числе наиболее актуальных проблем для казахстанской легкой индустрии находятся техническая и технологическая отсталость отрасли, недостаток квалифицированных кадров, отвечающих современным требованиям, слабый менеджмент и маркетинг, сокращение сырьевой базы. В результате предприятия легкой промышленности на сегодняшний день не демонстрируют опережающего роста, для них характерны высокие расходы, низкий объем продаж [6].

Следует отметить, что развитие данной отрасли напрямую зависит от увеличения инвестиций, в том числе кредитных вложений. Однако в течение 2010-2013 гг. происходило значительное снижение объемов инвестиций в основной капитал в отрасли легкой промышленности, в том числе в производство текстильных изделий в 5 раз, в производство кожаной продукции - в 15 раз по сравнению с уровнем 2009 года (таблица 2). Рост возобновился лишь в 2013 году.

Доля инвестиций в основной капитал в отрасли легкой промышленности в общем объеме инвестиций в основной капитал по промышленности Казахстана составила лишь 0,2% (рисунок 1). В результате анализа можно отметить, что отраслевые предприятия не имеют достаточных средств для обновления основных фондов.

Таблица 1 - Доля легкой промышленности в объеме ВВП и обрабатывающей промышленности Казахстана в 2003-2013 гг.

Годы	Объем производства продукции легкой промышленности, млн. долл. США	Доля легкой промышленности в ВВП, %	Доля легкой промышленности в объеме промышленного производства, %	Доля легкой промышленности в объеме обрабатывающей промышленности, %
2003	297	0,77	1,26	2,93
2004	245	0,63	0,95	2,39
2005	309	0,49	0,71	2,01
2006	307	0,36	0,56	1,53
2007	270	0,25	0,41	1,10
2008	228	0,17	0,27	0,82
2009	186	0,16	0,31	0,95
2010	228	0,16	0,28	0,89
2011	264	0,14	0,25	0,83
2012	357	0,18	0,32	0,98
2013	435	0,19	0,36	1,11

Примечание - составлено на основе данных Агентства по статистике РК [3]

Таблица 2 - Инвестиции в основной капитал в легкой промышленности за 2009-2013 гг.

Годы	«Текстильная промышленность»		«Производство одежды»		«Производство кожаной продукции»	
	млн. тенге	в % к предыдущему году	млн. тенге	в % к предыдущему году	млн. тенге	в % к предыдущему году
2009	10739	21,8	719	238,3	344	279,7
2010	10070	85,6	1032	131,1	498	138,2
2011	3872	35,9	1044	96,7	96	18,5
2012	2072	50,7	657	60,0	24	24,2
2013	4962	232,2	700	102,7	68	267,5

Примечание - составлено на основе данных Агентства по статистике Республики Казахстан [3]



Примечание - составлено автором на основе данных Агентства по статистике Республики Казахстан [3]
Рисунок 1 - Инвестиции в основной капитал в промышленности и легкой промышленности Казахстана

Доля банковских кредитов в обрабатывающую промышленность составила около 70% от общей суммы кредитов в промышленность Казахстана (таблица 3). Вместе с тем, удельный вес банковских кредитов в легкой промышленности не превышает и 3% от общего объема банковского кредитования промышленности.

Таблица 3 - Кредиты банков второго уровня РК по отраслям экономики

Отрасль	2012 год		2013 год		январь-июль 2014 года	
	млрд. тенге	в %	млрд. тенге	в %	млрд. тенге	в %
Промышленность	1193,7	100,0	1282,6	100,0	1325,4	100,0
Обрабатывающая промышленность	820,8	68,7	876,4	68,3	936,7	70,7
Текстильная и швейная промышленность	23,3	1,9	26,9	2,1	26,5	2,0
Производство кожи и обуви, кожаных изделий	4,5	0,4	4,3	0,3	3,6	0,2

Примечание - составлено на основе данных [7]

Недостаточная вовлеченность банковского сектора в процесс кредитования предприятий легкой промышленности объясняется их неустойчивым финансовым положением и высоким уровнем кредитного риска в данной отрасли. В результате, несмотря на высокий уровень спроса на кредитные ресурсы, объемы выданных кредитов в 2014 году незначительны, и в основной своей массе они краткосрочные.

При анализе процентной политики банков второго уровня следует отметить, что ставки вознаграждения по кредитам, выданным предприятиям легкой промышленности (более 11%), несколько выше ставок вознаграждения по кредитам, выданным предприятиям других отраслей обрабатывающей промышленности, которые составляют около 9% (таблица 4).

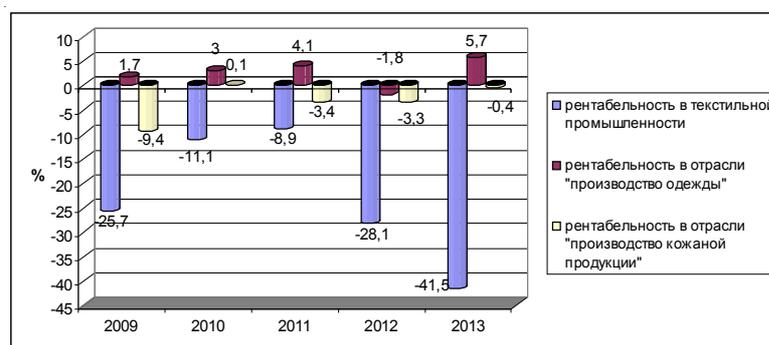
Таблица 4 - Ставки вознаграждения по банковским кредитам, выданным отраслям экономики, %

Отрасль	2011 год	2012 год	2013 год	январь-июль 2014 года
Промышленность	10,0	9,1	8,9	8,8
Обрабатывающая промышленность	10,3	9,3	9,4	9,9
Текстильная и швейная промышленность	11,6	12,1	11,3	11,3
Производство кожи и обуви, кожаных изделий	7,9	12,7	10,2	11,0

Примечание - составлено на основе данных [7]

Высокая процентная ставка фактически препятствует кредитному взаимодействию предприятий легкой промышленности и банков.

При сопоставлении ставок вознаграждения по кредитам с рентабельностью производства можно отметить, что рентабельность предприятий легкой промышленности остается на низком уровне (рисунок 2).



Примечание - составлено на основе данных Агентства по статистике Республики Казахстан [3]

Рисунок 2 - Рентабельность в легкой промышленности, %

Так, по итогам 2013 года она составила: в текстильной промышленности - 41,5%, в производстве одежды - 5,7%, в производстве кожаной продукции - 0,4%. Следовательно, происходит ухудшение кредитоспособности и снижение возможности удовлетворения потребности в финансовых ресурсах предприятий данных отраслей за счет кредитных средств банков второго уровня.

Существенной проблемой в кредитных взаимоотношениях предприятий легкой промышленности и банков является высокий уровень просроченной задолженности по выданным кредитам. По состоянию на конец июля 2014 года их сумма составила в текстильной и швейной промышленности - 16,3 млрд. тенге, в производстве кожи и обуви, кожаной продукции - 1,4 млрд. тенге. Следует отметить, что просроченная задолженность по банковским кредитам предприятий легкой промышленности превышает объемы выданных им ссуд.

Таким образом, к основным причинам недостаточного кредитного обеспечения предприятий легкой промышленности можно отнести:

- неустойчивое финансовое положение предприятий легкой промышленности и высокий уровень кредитного риска в данной отрасли;
- высокий уровень просроченной задолженности по выданным кредитам;
- низкий уровень рентабельности предприятий легкой промышленности;

- отсутствие или неликвидность залогового обеспечения у предприятий легкой промышленности;

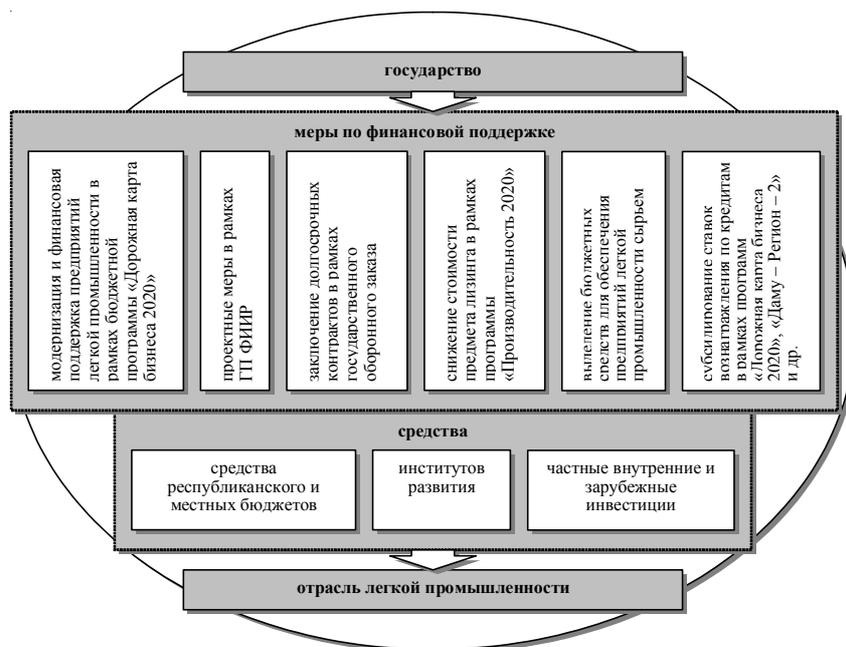
- несоответствие ресурсной базы банков адекватному кредитованию предприятий легкой промышленности;

- недопонимание между предприятиями легкой промышленности и банков;

- высокий уровень ставки вознаграждения по кредитам для предприятий легкой промышленности в связи с необходимостью компенсации банками в цене кредита своих расходов и рисков надбавки.

В этих условиях первоочередной задачей становится сохранение существующих и создание условий для появления новых предприятий легкой промышленности, дальнейшего развития данной отрасли. Важным условием для этого выступает обеспечение доступности кредитных ресурсов на основе изыскания наиболее эффективных, для современных условий, схем кредитования, способов размещения и привлечения кредитных ресурсов, а также формирования действенной системы управления эффективностью кредитных ресурсов как со стороны банков, так и самих предприятий легкой промышленности.

Как свидетельствует мировая практика, ведущие мировые страны уделяют особое внимание развитию легкой промышленности и оказывают ей существенную инвестиционную поддержку. В Республике Казахстан государственная финансовая поддержка отрасли легкой промышленности осуществляется в нескольких направлениях (рисунок 3).



Примечание - составлено авторами

Рисунок 3 - Система государственных мер по поддержке развития легкой промышленности Казахстана

Таблица 5 - Прогноз общих показателей развития отрасли легкой промышленности на краткосрочную перспективу

Показатели	2014	2015
Объем производства продукции легкой промышленности, млн. долл. США	453	476
Доля легкой промышленности в объеме производства обрабатывающей промышленности, %	1,1	1,1
Доля легкой промышленности в объеме общем объеме промышленного производства, %	0,3	0,4
Доля легкой промышленности в ВВП, %	0,2	0,2
Примечание – рассчитано авторами		

В настоящее время разработан Комплексный план по развитию легкой промышленности на 2015-2019 годы, главной целью которого обозначен рост производства, обеспечение внутренних потребностей страны, увеличение переработки сырья, а также модернизация, поддержка и посткризисное оздоровление предприятий. В комплексном плане предусмотрена реализация в указанный период мер по обновлению и модернизации основных фондов, пополнению оборотных средств и обеспечению сырьем предприятий легкой промышленности, по защите внутреннего рынка, по обеспечению отрасли квалифицированными кадровыми ресурсами и др.

Прогнозируя дальнейшее развитие легкой промышленности Казахстана, следует отметить, что в краткосрочном периоде данная отрасль по общим показателям может развиваться такими же темпами, как и в 2009-2013 гг. В таблице 5 представлен расчет прогнозных значений показателей развития отрасли легкой промышленности на 2014-2015 гг.

Проведенное исследование показало, что слабыми сторонами отрасли легкой промышленности являются низкий уровень конкурентоспособности продукции, отсутствие капиталовложений в отрасль, высокая доля экспорта товаров с низкой добавленной стоимостью, недостаток квалифицированных кадров, значительный износ основных фондов и др. Для оздоровления отрасли требуются проведение модернизации, принятие инновационных решений в

отношении существующих проблем (в особенности: низкого качества и конкурентоспособности продукции), привлечение инвестиций и активная государственная поддержка.

Список литературы:

1. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан от 19 марта 2010 года
2. http://www.trade.mep.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx
3. Agency of the Republic of Kazakhstan of statistics for 2006-2012. www.stat.kz
4. Худова Л. Н. О текущей ситуации в легкой промышленности в Республике Казахстан // Инновац. технологии пр-ва товаров, повышение качества и безопасности продукции лег. пром-сти: Материалы Междунар. науч.-практ. конф., г. Алматы, 25 мая 2012 г. - С. 59-61.
5. Программа по развитию легкой промышленности на 2010-2014 гг. от 30 сентября 2010 года
6. Епанчинцева С.Э. Легкая промышленность Казахстана: проблема импортозамещения // Вестник КазНУ, 2014, №1, с. 146-152
7. Статистический бюллетень Национального Банка Республики Казахстан, 2014, №7 (интернет-ресурс: <http://www.nationalbank.kz/cont/> дата обращения 12.10.2014)

Аяпберген ТАУБАЕВ, доктор экономических наук, проректор по научной работе, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, Караганда, ул. Академическая 9, Ayapbergen@mail.ru, +77017254046

МОНИТОРИНГ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ И ПРЕДПРИЯТИЙ В КАЗАХСТАНЕ

В статье рассмотрены результаты мониторинга направлений и параметров взаимодействия банков второго уровня и предприятий в Казахстане. Мониторинг проведен отдельно по сектору нефинансовых корпораций и по использованию финансово-кредитных ресурсов государственных институтов развития, направленных на поддержку предприятий малого и среднего бизнеса. Разработаны предложения по дальнейшему усилению системы взаимодействия банков второго уровня и предприятий в Казахстане в направлении совершенствования государственной политики.

Ключевые слова: взаимодействие банков и предприятий, спрос и предложение на финансово-кредитные ресурсы, доступность кредитов.

Аяпберген ТАУБАЕВ, экономика ғылымдарының докторы, ғылыми жұмыс жөніндегі проректор, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды, Академическая көш.9 Ayapbergen@mail.ru, +77017254046

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӘСІПОРЫНДАРЫ МЕН ЕКІНШІ ДЕНГЕЙЛІ БАНКТЕР ДІҢ ӨЗАРА ІС-ҚИМЫЛЫНА МОНИТОРИНГ

Қазақстан кәсіпорындары мен екінші денгейлі банктердің өзара іс-қимыл параметрі мен бағыттарына мониторинг нәтижелері қарастырылған. Шағын және орта бизнес кәсіпорындарын қолдауға бағытталған, мемлекеттік даму институтының қаржылық-несие ресурстарын пайдалану бойынша және қаржылық емес корпорация секторы бойынша жеке мониторинг жүргізілген. Мемлекеттік саясатты жетілдіруге бағытталған Қазақстандағы кәсіпорындар мен екінші денгейлі банктердің өзара іс-қимыл жүйесін әрі қарай нығайту бойынша ұсыныстар жасалынған.

Түйінді сөздер: кәсіпорындар мен екінші денгейлі банктердің өзара іс-қимылы, қаржылық-несие ресурстарына ұсыныс пен сұраныс, несие қолжетімділігі.

Ayapbergen TAUBAYEV, Doctor of Economics, Vice-rector on scientific work, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, Ayapbergen@mail.ru, +77017254046

MONITORING OF INTERACTION COMMERCIAL BANKS AND VENTURE IN KAZAKHSTAN

The article describes the results of monitoring trends and interaction parameters of banks and enterprises in Kazakhstan. The monitoring was conducted separately for non-financial corporations sector and the use of financial and credit resources of state institutions aimed support of small and medium-sized businesses. Proposals for further strengthening of cooperation of banks and enterprises in Kazakhstan in the direction of improving public policy.

Keywords: interaction of banks and enterprises, supply and demand for financial and credit resources, the availability of credit.

Мониторинг и оценку конъюнктуры кредитного рынка Казахстана с позиции исследования взаимодействия банков и предприятий реального сектора, будет проведено по двум основным направлениям:

1. По оценке динамики спроса и предложения на кредитные ресурсы по сектору нефинансовых корпораций;

2. По оценке эффективности использования финансово-кредитных ресурсов государственных институтов развития, направленных на поддержку предприятий малого и среднего бизнеса.

Что касается первого направления, в соответствии с аналитическими материалами Национального банка Республики Казахстан (НБРК) полученных на основе мониторинга предприятий

реального сектора, проводимым НБРК [1, 2], во 2-м квартале 2014 года по сравнению с предыдущим периодом динамика роста спроса и предложения на рынке кредитных ресурсов Казахстана изменилась:

- предложение кредитных ресурсов по всем секторам кредитования незначительно замедлилось;
- темпы роста спроса нефинансовых организаций незначительно увеличились;
- отрицательная динамика спроса физических лиц сменилась на положительную, преимущественно за счет роста спроса на ипотечные кредиты.

В целом, доступность кредитов для корпоративного сектора продолжает снижаться. Вместе с тем, в целом государственные инициативы, аналогичные Программе финансирования малого и

среднего бизнеса обрабатывающей промышленности, способствуют повышению доступности кредитов и развитию приоритетных секторов экономики. В то же время сохраняющиеся общеэкономические, отраслевые и индивидуальные риски заемщиков, отсутствие долгосрочного фондирования банков ограничивают предложение кредитов и их доступность для корпоративного сектора. При этом потребительское кредитование, как сравнительно более выгодный вид бизнеса для банков в сложившейся ситуации, сдерживается регуляторными ограничениями.

Регуляторные меры, направленные на ограничение рисков, связанных с избыточным ростом портфеля потребительских займов, в том числе необеспеченных, вынуждают банки пересматривать кредитную политику: если в 2013 году драйвером роста ссудного портфеля банков являлись беззалоговые потребительские кредиты, то в настоящее время акцент банков смещается на наращивание потребительских кредитов под залог недвижимости и автокредитование.

Несмотря на реструктуризацию и взыскание залогов по неработающим займам, существенного улучшения качества ссудного портфеля не происходит. Ускорение процесса улучшения качества ссудного портфеля банки связывают с продолжением функционирования государственных программ, направленных на стимулирование кредитования реального сектора экономики, а также необходимостью совершенствования судебной-исполнительской системы Казахстана, что позволит расширить комплекс мероприятий по очистке ссудного портфеля от токсичных займов.

В целом, казахстанские банки второго уровня во 2-м квартале 2014 года продолжали придерживаться сдержанной кредитной политики в отношении нефинансового сектора, что отразилось на снижении доступности кредитов для предприятий по сравнению с предыдущим периодом.

В целом консервативная кредитная политика и замедление роста предложения со стороны банков обусловлены, по мнению банков, ограниченностью и высокой стоимостью фондирования, а также ожиданиями ухудшения финансового положения некоторых заемщиков. Ожидается, что в 3-м квартале 2014 года кредитная политика в отношении субъектов бизнеса останется на прежнем уровне: 94% банков планируют сохранить ее без изменения, в то время как 3% респондентов прогнозирует ужесточение и столько же банков - смягчения, преимущественно в отношении малого бизнеса.

Ожидание роста спроса со стороны нефинансовых организаций, отмеченное в ходе обследования в 1-м квартале 2014 года, во 2-м квартале в целом оправдалось: как и прежде, сохранялся высокий спрос на оборотные средства со стороны предприятий, занятых в секторе торговли, строительстве и сфере услуг, при этом заметное повышение спроса произошло со стороны производственных компаний с целью финансирования основных средств, по мнению банков, преимущественно благодаря государственной программе финансирования

малого и среднего бизнеса обрабатывающей промышленности, принятой 14 апреля 2014г., имеется в виду План совместных действий Правительства Республики Казахстан с Национальным Банком по оказанию поддержки малому и среднему бизнесу, в рамках которого выделяется 100 млрд. тенге из Национального Фонда Казахстана на финансирование малого и среднего бизнеса, осуществляющих проекты в обрабатывающей промышленности.) Так, согласно официальным данным Агентства РК по статистике, финансирование инвестиций в основной капитал за счет банковского кредитования во 2-м квартале 2014 года увеличилось на 24,8% по сравнению с предыдущим периодом.

Мониторинг предприятий реального сектора также подтверждает некоторое увеличение числа предприятий, использовавших кредиты банков для финансирования инвестиционных проектов. Средневзвешенная ставка вознаграждения по кредитам на приобретение основных фондов в июне 2014 года снизилась до 8,8% (тогда как за январь-май 2014 г. она составила 11,5%), что, по итогам мониторинга предприятий, является приемлемой ставкой для предприятий. Таким образом, деятельность государства создает условия для оживления кредитной деятельности банков в отношении малого и среднего бизнеса.

В 3-м квартале в отличие от 2-го квартала 2014 года меньшее количество банков прогнозирует рост спроса на кредиты: около 68% респондентов ожидают, что спрос останется на прежнем уровне, 23% банков ожидают некоторого роста и всего 9% банков предполагают снижение спроса (в основном банки, не входящие в 10-ку крупнейших).

Таким образом, ограниченность источников средне и долгосрочного фондирования и высокая доля неработающих займов в банковской системе остаются ключевыми факторами, которые будут влиять на кредитование нефинансовых организаций в предстоящие периоды. Кроме того, геополитические риски создают некоторую неопределенность на рынке, в связи с этим у некоторых банков нет уверенности в притоке ресурсов с внешних рынков капитала. Это приводит к ограничению продаж и не позволяет удовлетворить существующий спрос со стороны корпоративного сектора на кредитные ресурсы в желаемом объеме.

В целом, для большинства банков нынешний уровень процентных ставок по кредитам является приемлемым, поскольку высокая стоимость фондирования и существующий уровень кредитного риска не позволяют банкам значительно снижать процентные ставки.

Что касается второго направления взаимодействия банков и предприятий малого и среднего бизнеса, развитие устойчивого и конкурентоспособного частного предпринимательства является одним из приоритетов экономической политики Республики Казахстан. В Послании Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана "Казахстанский путь - 2050: Единая цель, Единые интересы, Единое будущее" отмечается [3], что малый и средний бизнес - это прочная

экономическая основа нашего Общества Всеобщего Труда. Главной задачей государства ставятся задачи по оказанию всесторонней поддержки предпринимательству, в том числе по развитию специализации малого бизнеса, с перспективой его перехода в разряд среднего; по совмещению плана второй пятилетки индустриализации с программой "Дорожная карта бизнеса - 2020", а также созданию эффективных механизмов методической помощи начинающим бизнесменам.

Результативность мер государственной поддержки предпринимательства можно оценивать на основе положительных тенденций в показателях деятельности субъектов малого и среднего бизнеса Казахстана за последние годы. Так, в период с 2005 по 2013 годы количество зарегистрированных субъектов МСБ увеличилось в два раза и составляет более 1,5 млн. ед. Численность населения, занятого в секторе МСБ, увеличилось в 1,4 раза и составило в 2013г. свыше 2,6 млн. человек. Выпуск продукции МСБ вырос за рассматриваемый период в 5,8 раза и составил 9 020 млрд. тенге в год (Рисунок 1).

К предпринимаемым государством мерам по улучшению бизнес-климата в Казахстане относятся меры по упрощению процедуры регистрации

предприятий, системы налогообложения и отчетности.

Благоприятные изменения в условиях ведения бизнеса в Казахстане отмечаются и международными экспертами: позиции Казахстана в международных рейтингах год от года улучшаются. Так, в рейтинге Всемирного банка "Doing Business" на 2014г. Казахстан занял 50 место. Согласно Отчету о глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума на 2013-2014 годы, который в том числе охватывает факторы, относящиеся к деятельности МСБ, Казахстан также занял 50 место.

Несмотря на принятые меры, в отличие от более конкурентоспособных экономик стран Западной Европы, Северной Америки и Юго-Восточной Азии, роль МСБ в экономике Казахстана остается незначительной. Если в странах с высоким уровнем ВВП на душу населения сектор МСБ является основой экономики и обеспечивает более 50% ВВП страны, то в Казахстане МСБ обеспечивает только порядка 17-18% ВВП.

Актуальным остается вопрос финансирования МСБ. Только 8,2% всех источников финансирования экономики Казахстана направляется в МСБ. При этом сектор МСБ в большей степени финансируется из

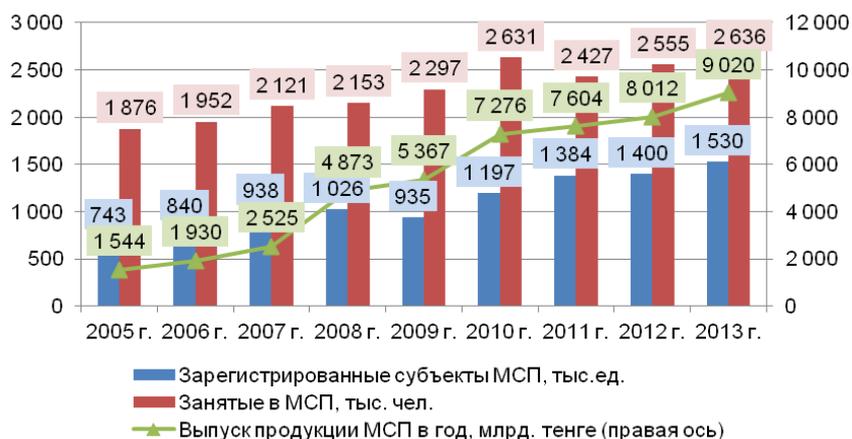


Рисунок 1 - Показатели деятельности субъектов МСП Казахстана за 2005-2013 гг.

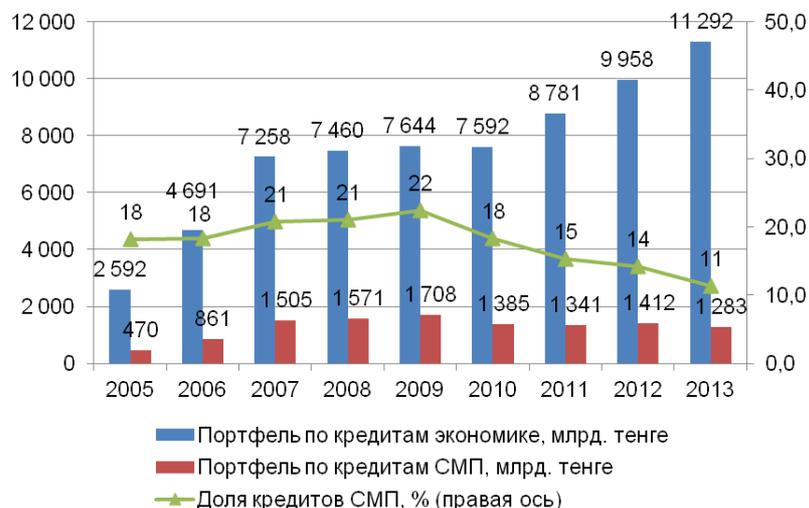


Рисунок 2 - Ссудный портфель кредитов БВУ экономике и малому предпринимательству

собственных накоплений предпринимателей и только на четверть за счет банковского кредитования. Несмотря на восстановление роста выдаваемых кредитов МСБ в 2011-2012 годах, их доля в портфеле БВУ ежегодно снижается. Все эти факты свидетельствуют о недостаточном удовлетворении потребности предпринимателей в финансовых средствах. [4]

Вместе с этим снижение ежегодных выданных кредитов БВУ малому предпринимательству в 2009-2013 гг. отразилось на размерах портфеля по кредитам малому предпринимательству. Начиная с 2009 года размер портфеля сократился более чем на 30% [5]. При одновременном увеличении портфеля БВУ по кредитам экономике доля кредитов малому предпринимательству в нем также снизилась: с 22% в 2009 году до 11% в 2013 году (Рисунок 2).

Доминирующую позицию в региональной структуре кредитования малого предпринимательства занимают кредиты банков в гг. Астана и Алматы, объем которых за 2012 г. составил 578,6 млрд. тенге (55% всех кредитов БВУ малому предпринимательству в стране) (Таблица 1). Парадоксально малые объемы кредитов выдаются

субъектам малого предпринимательства в Южно-Казахстанской (3,1%) и Алматинской (1,3%) областях, учитывая, что в этих областях функционирует 14,3% и 13,5% активных субъектов МСП соответственно.

В отраслевой структуре кредитования малого предпринимательства почти половина (49,7%) кредитов на 01.01.2013г. приходится на сферу торговли. Привлекательными секторами для кредитования БВУ в 2012 году оказались также промышленность (12,9%) и строительство (11,7%) (Таблица 2).

Учитывая, что субъекты МСП сельского хозяйства занимают 22% общего числа активных субъектов МСП, кредиты в сфере сельского хозяйства составили только 6% всех кредитов БВУ малому предпринимательству.

Обобщая в целом основные тенденции развития малого предпринимательства, несмотря на принятые в последнее время усилия со стороны государства по созданию инфраструктуры развития малого предпринимательства, можно выделить ряд проблем по созданию благоприятного климата для этого сектора экономики. Проблемы можно условно разделить на четыре категории: финансовые,

Таблица 1 - Кредиты малому предпринимательству, выданные на 01.01.2013г., в разрезе регионов

	Сумма, млн. тенге	Уд. вес
Всего	1 049 805	100,0%
Акмолинская	12 144	1,2%
Актюбинская	38 294	3,6%
Алматинская	14 157	1,3%
Атырауская	24 561	2,3%
Западно-Казахстанская	19 724	1,9%
Жамбылская	27 588	2,6%
Карагандинская	86 444	8,2%
Костанайская	42 526	4,1%
Кызылординская	10 041	1,0%
Мангыстауская	28 516	2,7%
Южно-Казахстанская	32 610	3,1%
Павлодарская	62 511	6,0%
Северо-Казахстанская	25 368	2,4%
Восточно-Казахстанская	46 762	4,5%
г. Астана	205 763	19,6%
г. Алматы	372 795	35,5%

Примечание: Составлено по данным Национального Банка РК (www.nationalbank.kz).

Таблица 2 - Кредиты малому предпринимательству, выданные на 01.01.2013г., в разрезе видов экономической деятельности

	Сумма, млн. тенге	Уд.вес
Республика Казахстан	1 049 806	100,0%
Промышленность	135 372	12,9%
Сельское хозяйство	63 462	6,0%
Строительство	122 823	11,7%
Транспорт	47 577	4,5%
Связь	4 449	0,4%
Торговля	522 035	49,7%
Другие	154 089	14,7%

Примечание: Составлено по данным Национального Банка РК (www.nationalbank.kz).

производственные, кадровые и юридические, основными из которых являются [6-11]:

- финансовые проблемы: недостаток ресурсов для развития, нехватка оборотных средств, отсутствие льгот со стороны налогового законодательства, несовершенство политики кредитования, низкая платежеспособность населения;

- юридические проблемы заключаются в отсутствии или несовершенстве юридической помощи, некомпетентности самих предпринимателей и сложности в отстаивании своих прав, отсутствии четко выраженных практических мер по проведению политики поддержки малого бизнеса и подготовки кадров; противоречивости законодательных и нормативных актов, бюрократизме, коррупции и вымогательстве;

- производственно-экономические трудности: проблемы сбыта, конкурентной борьбой, неумение работать с документами, вести анализ конъюнктуры рынка; отраслевая несбалансированность и низкий уровень специализации малого бизнеса и качества продукции, отсутствие эффективного механизма кооперации с крупными предприятиями, условий для развития франчайзинга, недостаточный уровень информационного обеспечения, слабость и фрагментарность инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, повышенная чувствительность малого предпринимательства к экономическим изменениям;

- кадровые проблемы: недостаток опыта у собственника и работников, дефицит квалифицированных кадров, потребительское отношение сотрудников к работе, высокая текучесть кадров в малом бизнесе и повышенная конфликтность, отсутствие у начинающих предпринимателей знаний и навыков работы в рыночных условиях, их правовая неосведомленность.

Для решения поставленных проблем принята и реализована Государственная программа развития и поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан "Дорожная карта бизнеса (ДКБ) 2020". Целью Программы является выработка эффективной политики в области государственной поддержки и развития малого бизнеса, создание развитой и доступной инфраструктуры, раскрепощения предпринимательской инициативы населения, улучшение условий для развития предпринимательства, в целях:

- создания условий для активного роста количества субъектов малого бизнеса, особенно в форме юридического лиц,

- изменения структуры деятельности субъектов малого бизнеса в сторону значительного увеличения доли субъектов малого бизнеса в приоритетных (производственных) отраслях экономики, вовлечения в инновационную деятельность,

- активного вовлечения населения страны в предпринимательскую деятельность, раскрепощения их инициативы и созданию новых рабочих мест,

- увеличение доли субъектов малого бизнеса в ВВП страны до 30%.

В целом на основе анализа существующей системы финансового регулирования МСБ в

Казахстане, можно сделать следующие выводы и предложения по ее дальнейшему совершенствованию:

- создать благоприятный налоговый климат для малого бизнеса (пересмотреть формы и сроки предоставления налоговой отчетности, обеспечить бесплатное распространение бланков налоговой отчетности, разработать эффективную систему налоговых льгот для субъектов малого бизнеса, занимающимся инновационной деятельностью в виде освобождения от корпоративного налога на срок от 3 до 5 лет);

- провести изменения в политике развития предпринимательства (обеспечить соответствие объема государственной финансовой помощи и задачам, поставленным в Государственной программе по поддержке и развитию предпринимательства, обязать местные власти оказывать помощь малым предприятиям в соответствии с местными потребностями в рамках принятых программ, разработать эффективный механизм кооперации предприятий малого бизнеса с крупными предприятиями);

- гармонизировать законы и нормативно-правовые акты с целью стимулирования предпринимательства, упрощения бюрократических процедур;

- пересмотреть финансовые инструменты для малых предприятий, особенно необходимых в начале предпринимательской деятельности для формирования стартового капитала (устранить барьеры для доступа предпринимателей к источникам финансирования через решение проблемы залогового обеспечения и снижения банковских процентов по займам, предоставляемым среднему и малому бизнесу, создать достаточное количество фондов поддержки малого предпринимательства, развивать инфраструктуры финансовых услуг для малого бизнеса, таких как лизинг, венчурный капитал, кредитные товарищества, микро кредитные организации, франчайзинг и т.п.);

- предоставлять консалтинговые услуги для малых предприятий (обеспечить доступность к консалтинговым услугам начинающим предпринимателей через систему финансирования за счет бюджетных средств, обеспечить координацию деятельности элементов инфраструктуры, оказывающих услуги по различным вопросам поддержки и развития предпринимательства, с целью обеспечения полного комплекса консалтинговых услуг в сфере бизнеса на основе выявленных потребностей малых предприятий).

Список литературы:

1. Казахстан за годы независимости 1991-2013гг. Статистический сборник. - Астана, 2014. - 194с.
2. Годовой отчет Национального банка РК за 2013г. - www.nationalbank.kz
3. Послание Главы государства Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 17.01.2014г. "Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее". - Астана, 2014.

4. Отчет о состоянии развития предпринимательства в Республике Казахстан (по состоянию на 1 января 2014 года). - Астана, 2013. - 19 с.
5. Отчет о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах за 2012 год. - АО "Фонд развития предпринимательства "Даму". - Алматы: 2013. - www.damu.kz
6. Тихомирова Е.В. Кредитование малого и среднего бизнеса - перспективное направление кредитной политики банков // Деньги и кредит. - 2010. - №1. - С. 46-54.
7. Дашевская И.Ф. Взаимодействие банковского сектора с субъектами малого и среднего бизнеса // Труд и соц. отношения. - 2009. - № 11. - С. 142-146.
8. Дашевская И.Ф. Конструктивные схемы взаимодействия банков с малым и средним бизнесом // Труд и соц.отношения. - 2011. - №1. - С. 125-130.
9. Захарченко А.А. Поддержка малого предпринимательства и доходный потенциал местных бюджетов // Финансы. - 2009. - № 3. - С. 37-41.
10. Ивасюк Р.Я. Анализ особенностей развития малого предпринимательства на современном этапе // Экономический анализ. - 2009. - № 4. - С. 66-71.
11. Отчет об эффективности программы "Дорожная карта бизнеса 2020" за 2012 год. - АО "Фонд развития предпринимательства "Даму". - Алматы: 2013. - www.damu.kz

Nurzhan TEZEKBAYEV, *International Academy of Business, Astana, Kazakhstan (Astana city, str. Imanova, 19, Business Center "Delovoi Dom"Alma-ata", 7th floor)*

STRATEGIC MANAGEMENT TOOLS USED IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE ENTERPRISE

Enterprise development strategy is the basis for all management systems, as it serves as a guide for making key management decisions relating to the development of future markets, products, organizational structure of business, profitability and the risk profile. Several independent approaches to develop strategy of trading enterprise are used and discussed here. These are SWOT and PEST analyses which are based on analyses of external and internal environments. Also matrix from Ansoff was used to analyse and appropriately meet customer needs.

Keywords: strategy, strategy development, trading enterprise, SWOT analysis, PEST analysis, Ansoff matrix.

Нұржан ТЕЗЕКБАЕВ, *Халықаралық Бизнес Академиясы, Астана, Қазақстан (Астана қаласы, Иманова, 19 көш., Бизнес Центр "Деловой Дом "Алма-ата", 7ші қабат)*

ТАУАРДЫ КӨТЕРМЕЛЕП ЖӘНЕ ЖЕКЕЛЕП САТУ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУДАҒЫ ҚОЛДАНЫЛАТЫН СТРАТЕГИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ ӘДІСТЕРІ

Кәсіпорнындағы стратегиялық даму, басқарудың барлық системасының негізі болып табылады, себебі ол басты басқару құралы болып саналады, және де ол келешекте нарықтың дамуымен, өнім, организациялық бизнес структурасы, кірістік және рискпен байланысты. Осы мақалда сауда кәсіпорнын даму стратегиясын дайындауға әсерін беретін бірнеше тәуелсіз маркетингтік әдістер қолданылады және талқыланады. Сыртқы және ішкі жағдайды зерттейтін SWOT және PEST анализдер қолданылады. Сонымен қатар сатып алушылардың талаптарын қамтамасыз ету үшін Ансофф матрицасы қолданылады.

Түйінді сөздер: стратегия, стратегиялық даму, сауда кәсіпорын, SWOT анализі, PEST анализі, Ансофф матрицасы.

Нуржан ТЕЗЕКБАЕВ, *Международная Академия Бизнеса, Астана, Казахстан (г. Астана, ул.Иманова, 19, Бизнес Центр "Деловой Дом "Алма-ата", 7 эт.)*

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОПТОВО РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Стратегия развития предприятия является основой для всех систем управления, так как она служит в качестве руководства для принятия ключевых управленческих решений, связанных с развитием будущих рынков, продуктов, организационной структуры бизнеса, прибыльности и рисков. В данной статье используются и обсуждаются несколько независимых методов для разработки стратегии торгового предприятия. Такие маркетинговые методы как SWOT анализ и PEST анализ, использовались для анализа внешней и внутренней среды. Также матрица Ансоффа была использована для анализа методов удовлетворения потребности клиентов.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития, торговые предприятия, SWOT-анализ, PEST анализ, матрица Ансоффа.

Formulation of the Problem. Nowadays, to successfully survive in the long term period, the company should be able to predict what difficulties may occur on its way in the future and what new opportunities may come along. Therefore, strategic management studies both internal and external environments to thoroughly identify and find out what threats and opportunities might be fraught in the external environment and what exactly are the strengths and weaknesses of the enterprise.

Formulation of the objectives of the Article (problem). The aim of this study is to better understand and determine the strategic development process and analyzing tools that could be used by trading companies. Here, we suggested using analyses such as SWOT Analyses, PEST Analyses, and Ansoff matrix. To cope with the threats and to effectively use the opportunities it is not enough to have only knowledge

about them. You can know about the threat, but not be able to resist it and thus fail. You can also know about the opening of new opportunities, but do not have the capacity to use them and, therefore, not be able to use them. The strengths and weaknesses of the internal environment of commercial enterprise as well as the threats and opportunities, define the conditions for the successful existence of commercial enterprise.

The main material of research with the full justification of scientific results: In modern practice, trading companies' management uses several independent approaches to develop its strategy of commercial enterprise .

One approach is to develop strategies to promote the market, based on the analysis of the external and internal environment: SWOT-analysis, PEST-analysis. Another approach is the method of constructing a matrix from Ansoff to develop a strategy to properly meet

customer needs. Also commonly used method of estimating competitiveness is developed on the basis of its strategy to ensure and improve the company competitive position. All of these approaches are correct, but are not sufficient to uniquely identify the methodology of strategy development of wholesale and retail businesses.

Activities of wholesale and retail trade enterprise include the following main processes:

- Purchase of goods;
- Sale of goods.

Therefore, the strategy of development of wholesale and retail enterprises should also include two independent strategies:

- Strategy for purchase;
- Strategy to promote products on the market.

The operational efficiency of the intermediate sellers is strongly dependent on the sources of wholesale shipments. Good work of suppliers affects the structure of the product range, and in some cases supply conditions determine the direction of the wholesale business. In the modern literature of strategic marketing this issue has not yet studied enough.

The main objectives of the purchase system, as a subsystem of market resources are:

- a) providing an optimal range of products for customers at various levels;
- b) minimization of costs through the purchase of supplies in large quantities, as well as credit providers;
- c) ensuring continuity (risk reduction) of the supply of goods;
- g) Provision of information to support manufacturers.

Minimization of costs of received goods for sale forms the basis for the formation of internal competitive advantages, which, in turn, can go to the basis of the development strategy of the company. Considering the strategy as an approach to achieving the goals of the company, you can enter a term in the scientific revolution of the purchasing strategy.

Diversity of supply objectives determine the selection of the set of purchasing strategies, a typology which is offered in Table 2.

The meaning of the marketing strategy is defined as an integral part of marketing, its main concept, covering the theory and practice of preparing, planning and conducting marketing activities which leads to a significant improvement, both in the external and the internal environment of the enterprise [1, p.53].

Strategic marketing is a direct product of (and illustration) of the total marketing "choice" of commercial enterprise and is primarily analytical, focused on long-term process which consists in the constant analysis of needs and the formation of assortment policy for the recognition of the consumer and the sustainable competitive advantage of commercial enterprise.

Marketing strategy, according to A. Weissman, a "fundamental, medium or long-term solutions that provide guidance and guide individual activities to achieve its marketing goals" [2, p.215].

To successfully survive in the long term period, the company should be able to predict what difficulties may occur on its way in the future and what new opportunities may come along. Therefore, strategic management studies the environment, focusing on finding out what threats and opportunities might be fraught in the external environment.

In summary, it can be stated that the analysis of the environment, as it is held in strategic management, aims to identify the threats and opportunities that may arise in the external environment to the enterprise as well as strengths and weaknesses, which it has to deal with. To solve this problem, certain methods of analyzing environment were developed and are used in strategic management.

One of the most effective tools used in strategic marketing, is the Ansoff matrix (matrix of growth of goods-market), an analytical tool for strategic planning, allowing you to select one of the possible strategies for the development of typical commercial enterprise in the market.

The idea of the matrix is that, there must be a relationship between the current and future commercial enterprise products and markets in which it operates. Any industry suggests a wide selection of products from which you can configure your product range and

Table 2 - The typology of purchasing strategies*

Types of Purchasing Strategies	Strategy characteristics
1.Strategy of quality for purchased goods	Purchase of goods, taking into account the following factors: - focus on demand in the market
2. Strategy of price for purchased goods	Adjustment strategy on: - The quality of the goods; - The turnover and profitability of the inventory; - The price level of competitors
3.Strategy of prestige brands for purchased goods	Account of the existing stereotypes of buyers for sold goods of a trading company

Note - Compiled by the author *

¹ In this article the concept of "whole sale and retail enterprise" are also used as trading or commercial enterprise.

markets in which it can work, so the company has a large variety of growth areas. The company needs to determine its current position in the industry and to choose the direction of their growth, which would provide a competitive advantage in the future for it.

Thus, the strategy of commercial enterprise shall be determined by three main factors:

a. Existing state as a set of products and markets in which it operates and is currently trading;

b. Growth vector that defines the direction of the development of commercial enterprise on the basis of its current situation;

c. Competitive advantage - key features of existing and future products and markets that can provide the company a strong competitive position.

Selection and implementation of the development strategy of a trading enterprise should be carried out under the policy of the company, based on a combination of knowledge and ideas about the state and prospects of trade. Regional market of sanitary ware seems to be an aggregate category, encompassing a complex set of objects of sharing sanitary goods that are of real interest to the various market participants, who act as subjects of the market environment.

Since the problems that play role in the selection of strategy can occur depending on various situations, in general they have general character and features. Therefore in various productions, while retaining the general features, the development of suitable methods and approaches for their analysis and solutions with general characters can be eliminated. This elimination has no need to develop a sequence of steps behavior of commercial enterprise for each specific market situation.

By analyzing the problems encountered in the process of developing strategy, it is possible to identify their similarities and based on their study; develop a methodical system to deal with them.

The development strategy of the trading company is determined through mutual change (development) of enterprise products and markets to meet their needs. The tool of choice of this strategy is the Ansoff matrix.

Ansoff matrix is a square formed by two axes:

The horizontal axis of the matrix - the products of commercial enterprise, which are divided into existing and new;

The vertical axis of the matrix - the markets of commercial enterprise, which are also divided into existing and new.

At the intersection of the two axes there is a form of four quadrants (Figure 3):

Let us consider all four quadrants of the matrix Ansoff.

1. Strategy of market penetration (existing product - the existing market). Increase market penetration - is a simple and most obvious strategy for most businesses. They are already present in the market and their main goal is to increase sales.

Figure 3 - Strategy to promote commercial enterprise on the market in the Ansoff matrix.

	Existing Products	New Products
Existing Market	Market Penetration	Product Development
New Market	Market Development	Diversification

The main tool in the market penetration is the act of increasing the competitiveness of products, so that the main focus of this strategy should be aimed at improving the efficiency of business processes, thereby making it possible to increase the consumption of products by existing customers and attract new customers.

Possible sources of growth can be:

- Increase market share;
- Increasing the frequency of use of the product (including the expense of loyalty programs);
- Increase in the amount of use of the product;
- The discovery of new applications and usage for existing consumers.

2. Strategy for market expansion (existing product - a new market). This strategy is the second possible solution, in which traders are trying to adapt their existing products to new markets. For this, it is necessary to determine the potential new customers to existing products. Commercial enterprises, whose competence in the field of marketing are effective enough to be a key driving force for development, can successfully go this route due to:

- Geographic market expansion;
- The use of new distribution channels;
- Search for new market segments, which are not yet users of this product group.

3. The strategy of product development (new product - the existing market). A third possible way for growth is a proposal of products with characteristics that have been updated in such a way to improve their market relevance on the existing market. This way is the most preferable for those companies whose core competencies lie in the areas of technology and technological development. Opportunities for growth are based on:

- The addition of new product features or of the product with high quality, including repositioning of the product;
- Expansion of the product line (including new options of use for existing products);
- Development of a new generation of products;
- Development of new products.

4. Diversification strategy (new product - a new market). End of the possible strategies is the most risky for commercial enterprise, as it implies access to an entirely new market. Such choice is justified in cases where:

- The company does not see the opportunities to achieve their goals, while remaining within the first three strategies;
- New activity promises to be much more profitable than the existing development;
- When there is insufficient information to be sure of the stability of the existing business;
- Develop a new approach that does not require major investment.

Based on the above listed explanations, each of these basic strategies requires certain economic resources and certain administrative actions.

Also in strategic management in the process of defining a strategy for further development of commercial enterprise uses SWOT-analysis in the market.

Used for environmental analysis SWOT method is quite widely accepted approach that allows you to conduct a joint study of the external and internal environment. Application of the SWOT method is possible to establish the link between the strength and the weakness inherent in the enterprise, and external threats and opportunities [3, p. 90].

The analysis begins with the identification of sources of strength and competitive advantage of commercial enterprise. Strength - this is what the company is doing well, or characteristic that enhances its competitiveness. Among the strengths of commercial enterprise, as a rule, include:

- Large physical assets;
- Highly qualified personnel;
- Good organization and logistics;
- Alliance or cooperative enterprises;
- Unique intangible assets;
- Key competencies and know-how;
- Significant competitive advantages;
- Other attributes that provide the company a dominant position in the market [4, p. 59].

Often the strengths of commercial enterprise are discovered as a result of an internal strategic analysis and evaluation of the strategic potential.

In parallel with the identification of the strengths of the commercial enterprise, the weaknesses and competitive disadvantages are also identified. Weakness - it is the lacks or limitations which worsen its position relative to competitors. Sources of weakness in the business tend to be associated with:

- Lack of innovation or expertise and competence;
- Shortage of material, organizational, or intangible assets;
- The loss of capacity in key areas.

Another aspect of the SWOT-analysis is the external environment in terms of its impact on the company. Therefore, when the market is analyzed, the opportunities of commercial enterprise are identified. Opportunities - are the favorable conditions for the commercial enterprise and which environmental factors increase its competitive position or weaken the position

of the main competitors. Market opportunities often provide the company with the best prospect for long-term increase in profits, sustainable competitive advantage, sources of financial and organizational advantages. Favorable opportunities for commercial enterprise not only occur in the economy, but may be related to the political, legal, social and other developments in the region, the country and globally.

Along with the opportunities in the external environment, there are also factors that negatively affect the strategic position of commercial enterprise. These factors are called external threats. They also identified during the SWOT-analysis. These usually include:

- The emergence of cheaper or better technologies;
- Bring in products with improved properties by competitors;
- Increasing competitive pressure from either side;
- Increased government regulation and control activities;
- Increasing efficiency ratios in the industry;
- Potentially hostile merger;
- Unfavorable demographic shifts in the region;
- Unfavorable foreign exchange rates dynamics;
- Political upheaval in the country, and others [5, p. 80].

Once compiled a list of specific strengths and weaknesses of commercial enterprise, as well as threats and opportunities, comes the stage of establishing links between them. And for the purpose of establishing these links the SWOT matrix is created.

It is have to be remembered that when formulating the strategy, the opportunities and threats can be transformed into its opposites. Thus, the unused capability can become a threat if it uses a competitor. Or vice versa, the prevention of threats can create a commercial enterprise with an extra strong side in case competitors have not eliminated its threat too.

For a successful application of the SWOT-analysis of commercial enterprise environment, it is important not to be only able to reveal the threats and opportunities, but also to try to assess them in terms of how important it is for the company.

The choice of strategy - is the central point of strategic management. All discussed important preceding stages of strategic management, only provide the foundation for developing the strategy.

Defining the strategy for the commercial enterprise significantly depends on the specific situation in which the enterprise is located. However, there are some common approaches to strategy formulation and some general framework in which to fit the strategy.

The strategic choice is made up of stages of development, debugging and analysis (assessment) strategy. In practice these steps are difficult to separate, as they represent different levels of a single analytical process. However, the content, methodological and information support of these kinds of management activities have their significant features that cannot be ignored and should be viewed separately.

In the first stage (development of strategic alternatives) there are strategies to achieve their goals. It is important to develop the largest possible number of possible alternative strategies, engaging with the

work of not only top executives but also middle managers. This allows extending the strategic choice and not missing a potentially better option.

In the second strategy (debugging strategy) stage, the entire diversity is finalized taking into account the developments in the external environment and changes in the internal environment of a trading enterprise. The result is a common strategy, which is then filled with concrete content, and in some functional areas of the enterprise their own private strategies are developed.

In the third stage (analysis/evaluation of the strategy) analyzes of alternatives within the chosen strategy of commercial enterprise and evaluated in terms of meeting the main objectives of the mission and with the existing limited capacity to implement them. As a result, strategies are selected in order to implement the most appropriate one.

Strategic alternatives - is a set of various private strategies, that have achievable strategic goals of commercial enterprise considering all their diversity and restrictions on the use of available resources. Each strategic alternative provides enterprise with different possibilities and is characterized by different inputs and outputs, which ultimately determines the strategic choice of commercial enterprise.

The choice of strategy is influenced by numerous and diverse factors, among the most important of them are as follows (Table 3):

Here, particular attention should be paid on the last three factors. Strong functional areas of commercial enterprise contribute to hastily use of opening new opportunities. Weaknesses require constant management attention in choosing a strategy, its

implementation, in order to avoid potential threats and to compete with other commercial enterprises.

Often leaders consciously or intuitively have the experience from merger strategies that were chosen by the company in the past. Experience allows, on the one hand, avoiding repeating past mistakes, but on the other - limits choice.

The time factor in management decisions is important. It can contribute to the success or failure of the enterprise. And that could lead the company to large losses or even bankruptcy [6, p. 19].

Implementation of the strategy is a critical process, as it is the only case which gives desired goals for successful implementation of the strategy. In most of the time, there are cases where traders are not able to implement the chosen strategy. This can happen either because of the incorrect analysis that was carried out and made the wrong conclusions, either because there were unexpected changes in the environment. Often, however, the strategy is not executed because the management cannot properly engage in commercial enterprise available capacity to implement the strategy. This applies in particular to the use of labor potential.

Implementation of the strategy is aimed at achieving the following three objectives presented graphically in Figure 6.

Setting priority administrative tasks is necessary to their relative importance to conform to the strategy that will be implemented by the company. This relates primarily to tasks such as the allocation of resources, the establishment of organizational relations, creation of support systems, etc.

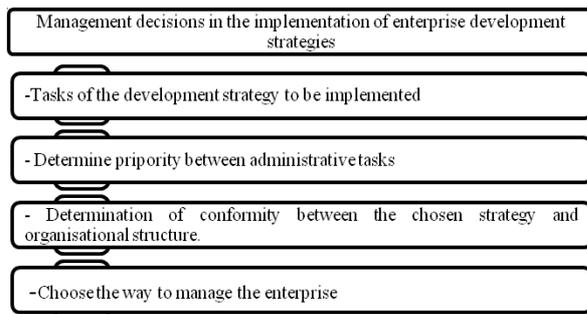
Table 3 - Factors influencing the choice of strategy for the development of commercial enterprises

Factors	The degree of influence
1	2
Type of business and especially the industry in which the company operates.	First of all here is taken into account the level of competition from companies implementing the same or substitute products and delivering it to the same markets.
State of the external environment.	Is it stable or subject to frequent changes? How predictable are these changes?
Goals and values	Nature of the targets set by the company, as well as the values that guide decision-making process for the senior managers or owners of the company.
Risk levels.	Risk is a real factor in viability of the Company. Too high a level of risk can lead to the collapse of the company. Therefore, it is always important for heads of the company to ask the question: what level of risk is acceptable for the enterprise?
The internal structure of the company, its strengths and weaknesses.	The internal structure of the enterprise should be considered with regard to branches and offices in other regions, offices, subsidiaries and affiliates, presented in the form of functional areas.
Experience of implementation of previous strategies.	It is primarily associated with the human factor, the psychology of people and can be both positive and negative.
Time factor.	Even the most perfect strategy, a new technology or a new product will not succeed if they are presented on the market at the late or wrong time.

Note - compiled using the source [6, c.19]

There is also should be noted, that setting relative ties between the chosen strategy and internal organizational processes, are needed to guide the activities of commercial enterprise to implement the chosen strategy. Compliance must be achieved in these characteristics of commercial enterprise; its structure, the system of motivation and incentives, norms and rules of behavior, shared values and beliefs, qualification of employees and managers, etc.

Figure 6 - Management decisions in the implementation of the development strategy of a trading enterprise.



Moreover, the ongoing strategy must be chosen in harmonization with leadership style and right approach to the management of a commercial enterprise.

After the implementation of an appropriate strategy is properly controlled, the process is repeated again and again to ensure the continuity of strategic planning.

Formation of strategy of commercial enterprise, in itself, involves the implementation of the strategic planning process that has various aspects. And these aspects will have binary affect, so that it will influence on one hand, and determine the effectiveness of the chosen strategy on the other hand. The difference between the functions of the wholesale and retail trade enterprises, as well as a variety of forms and types of businesses, shows an individual, detailed and complex process of strategy development for each specific company in wholesale and retail trade.

An important feature of the wholesale and retail businesses is a combination of two functions - to engage in wholesale and retail trade. To perform these functions, the company is often obliged to make contradictory decisions. Marketing tools used in the wholesale trade, do not differ from the tools and techniques used in the retail trade. However, in the wholesale marketing has its own specific. Wholesale warehouses sell goods in large quantities is not for the end user, and for subsequent sale. Distribution centers serve large areas, have several features that differ from those of retailers. In particular, they act as an intermediary between manufacturers and retailers, converted product range in the commercial, packaged goods and store them. Marketing department distribution centers use the information about the market, somewhat different from the information obtained in retail trade.

Findings from this study and the prospects for further research in this direction. Thus, the study of the theoretical aspects of the strategic development of commercial enterprise helped us to formulate the following conclusions:

1) Wholesale and retail enterprise - is a special type of enterprises working in the sphere of commodity circulation. Its special feature is the combination of the two functions of wholesale and retail trade. And due to significant differences in the characteristics of the consumers and approaches to meet their needs, the decision making process may require contrary solutions.

2) Strategic Management in the wholesale and retail outlets designed to decide; what quality levels this particular company should gain given a strategic perspective, what are the position principles to hold in the relevant market, how to change the niche market businesses on qualitative level in all areas of, etc.

3) The activities of wholesale and retail trade enterprise include the following main processes: the purchase of goods and sale of goods, so the strategy of development of wholesale and retail enterprises should also include two independent strategies: purchasing strategy and the strategy of promotion of products on the market.

And finally, the wholesale and retail enterprises differ in the types and nature of consumers. For wholesalers customers are resellers who buy in bulk for resale and with high professionalism when choosing a product. In retail enterprises purchases are made with a view to final consumption, in smaller volumes, but a lot of buyers. Hereafter, the wholesale and retail enterprise - are a special type of enterprises in the sphere of circulation. Its special feature is the combination of the two functions (wholesale and retail), the implementation of which requires the solution, and often this solution has opposite tasks due to significant differences in the characteristics of the consumers, the ways and means to meet their needs.

All of these approaches are correct, but are not sufficient to uniquely identify the methodology of strategy development of wholesale and retail businesses. Therefore, the further study and development of marketing tools specially for this type of business is very crucial, as we have represented its different features.

List of Literature:

1. Golubkov E.P. Marketing: strategy, plans, structures. - M.: "Delo", 2002 - 341 p.
2. Weissman A. Marketing Strategy: 10 Steps to Success; strategy of management, five success factors, - M.: Economics, 2005.
3. Durovich A.P. Management in business. - Minsk: NPJ "Finance, accounting, auditing," 2007 - 463 P.
4. Marketing // Ed. prof. Utkina E.A.- M.: Association of Authors and Publishers "TANDEM". Publisher EKMO, 1998.- 320 p.
5. Gerchikova I.N. Marketing and international commercial business. M: Vneshtorgizdat, 2007 - 264 p.
6. Evans. J.R., Berman B. Marketing. - M.: Economy, 2008 - 335 p.
7. Ansoff I. Strategic Management. - M.: "Economy", 1989.

Алия ЕСДАУЛЕТОВА, магистрант Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан, 010000, Республика Казахстана, г.Астана, пр. Абая, 33а,
aa_yesdauletova@mail.ru, +7 701 799 07 62

Гульсара ДЖУНУСБЕКОВА, к.э.н., и.о. профессора Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РАЗВИТИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

В статье описывается ГЧП, как наиболее выгодный механизм для привлечения отечественных и иностранных инвестиций. Показаны наиболее приоритетные отрасли проектов ГЧП в развитых, развивающихся странах и в странах с переходной экономикой. Также в статье предложен ряд условий для эффективного обеспечения реализаций проектов ГЧП и привлечения инвестиций.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, проекты, инвестиции, экономика, приоритетные отрасли.

Әлия ЕСДӘУЛЕТОВА, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының магистранты, 010000, Қазақстан Республикасы, Астана қ., Абай данғылы, 33а,
aa_yesdauletova@mail.ru, +7 701 799 07 62

Гүлсара ЖҮНУСБЕКОВА, э.ғ.к., Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының профессордың міндетін атқарушысы

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК-ЖЕКЕ МЕНШІК ӘРІПТЕСТІГІНІҢ РӨЛІ

Бұл мақалада шетелдік және отандық инвестицияларды тарту үшін ең пайдалы тетігі ретінде алынған мемлекеттік-жеке меншік әріптестігі сипатталады. Дамыған, дамушы және экономикасы өтпелі елдердің мемлекеттік-жеке меншік әріптестік жобаларының басымдықты салалары көрсетілген. Сонымен қатар мақалада мемлекеттік-жеке меншік әріптестік жобаларын тиімді жүргізуді қамтамасыздандыру және инвестицияларды тартудың бірнеше шарты ұсынылды.

Түйінді сөздер: мемлекеттік-жеке меншік әріптестік, жоба, инвестиция, экономика, басымдық салалары.

Aliya YESDAULETOVA, Postgraduate student, Academy of public administration under the President of the Republic of Kazakhstan, 010000, Republic of Kazakhstan, Astana, Abay ave, 33a,
aa_yesdauletova@mail.ru, +7 701 799 07 62

Gulsara GUNUSBKOVA, Candidate of Economic sciences, Acting Professor of Academy of public administration under the President of the Republic of Kazakhstan

THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE DEVELOPMENT OF INVESTMENT ACTIVITY IN KAZAKHSTAN

The author describes the PPP as the most favourable mechanism of attracting domestic and foreign investments. In this paper the priority sectors of PPP projects are shown in developed, developing countries and countries with transitional economies. There are a number of conditions for effective implementation of PPP projects and attracting investments.

Keywords: public-private partnership, investments, branches, economy, priority projects.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) представляет собой модель долгосрочного и взаимовыгодного сотрудничества государства и бизнеса для решения общественно значимых задач.

Использование механизма ГЧП предполагает возможности повышения эффективности взаимодействия государства и частного сектора, повышения качества предоставляемых услуг, ускоренной модернизации инфраструктуры, необходимой для диверсификации экономики.

Партнерские отношения государства и бизнеса требуют согласования интересов этих двух основных институтов современного общества и экономики. ГЧП - не простое сложение ресурсов. Следует

понимать, что каждая из сторон партнерства имеет собственные цели, решает свои конкретные задачи, стороны имеют различные мотивации. Государство заинтересовано в росте объемов и улучшении качества предоставляемых услуг инфраструктурных и социально ориентированных отраслей населению и экономическим агентам. Частный сектор стремится стабильно получать и увеличивать прибыль. Причем стратегически мыслящий бизнес выстраивает свои приоритеты в первую очередь не просто под размер прибылей, а в интересах устойчивости получения доходов от проектов. При этом обе стороны заинтересованы в успешном осуществлении проектов в целом. Проекты ГЧП зачастую облегчают

выход на мировые рынки капиталов, активизируют привлечение иностранных инвестиций в реальный сектор экономики [1].

Изучая мировой опыт результатов использования механизмов ГЧП, можно отметить, что на современном этапе особый рост инвестиций в инфраструктуру происходит в развивающихся экономиках Юго-Восточной Азии, так на Китай приходится до 90% таких сделок. В европейских странах и США происходит неравномерное использование ГЧП: благодаря интенсивным процессам реструктуризации инфраструктурных отраслей и соответствующему законодательству лидерами применения механизмов ГЧП в Европе являются Великобритания, Франция и Испания [2].

К примеру, в Великобритании в среднем доля проектов ГЧП в государственных расходах составляет около 15%. По расчетам International Financial Services London (агентства, вошедшего в 2010 г. в состав City UK), было создано порядка 930 ГЧП на общую сумму более 66 млрд.ф.ст. Контракты в форме ЧФИ чаще всего заключались в таких областях, как транспорт, оборона, образование, здравоохранение и правопорядок.

По данным Министерства финансов, при помощи контрактов ГЧП было построено более 800 школ, 70 больниц, 45 транспортных проектов.

Уникальность системы ГЧП в Великобритании, в том числе, состоит в фактическом отсутствии соответствующего законодательства, каким-либо образом ограничивающего ведомство или государственный орган в вопросах заключения таких контрактов [3].

ГЧП по своей экономической природе является результатом развития традиционных механизмов взаимодействия хозяйственных взаимоотношений между государственной властью и частным сектором в целях разработки, планирования, финансирования, строительства и эксплуатации объектов инфраструктуры. Таким образом, возникает необходимость определения наиболее приоритетных отраслей для применения ГЧП для каждой страны и региона. Привлечение инвестиций сразу во все отрасли экономики страны в полном объеме практически невозможно, к тому же всегда существуют те отрасли, которые необходимо инвестировать в первую очередь. Кроме того, отрасли в странах с разным уровнем экономического развития, в которые, по мнению правительства страны, нужно инвестировать с помощью привлечения частного сектора.

Анализ зарубежных проектов в странах с разным экономическим развитием, реализованных с помощью концессионной формы ГЧП, показал, что такие партнерства успешно применяются в транспортной (автодороги, железные дороги, аэропорты, порты, трубопроводный транспорт) и социальной инфраструктуре (здравоохранение, образование, развлечение, туризм), ЖКХ (водоснабжение, электроснабжение, очистка воды, газоснабжение и др.), в других сферах (тюрьмы, оборона, объекты военной сферы). Лидирующей

является транспортная инфраструктура, за ней с небольшим отрывом следует социальная инфраструктура [4].

Так, в развитых странах приоритетность отраслей здравоохранения и образования обусловлена политикой этих государств и их социально-экономическим развитием. В странах с переходной экономикой отрасли указанные отрасли находятся уже далеко не на 1-м месте по применению ГЧП - лидируют автодороги, строительство мостов и тоннелей, легкого наземного метро, аэропортов. В развивающихся странах, как и в предыдущей группе стран на 1-м месте по количеству ГЧП находятся автодороги, на 2-м месте - аэропорты, тюрьмы и водоочистные сооружения. Такое распределение отражает в первую очередь заинтересованность стран в развитии этих отраслей (индивидуальных для каждого типа стран), так как ГЧП позволяет привлечь инвестиции частного сектора, снизить затраты государственного сектора, распределить риски между партнерами [5].

Развитие государственно-частного партнерства является одним из приоритетных направлений экономической политики Казахстана. Реализация инфраструктурных проектов ГЧП позволит обеспечить развитие инфраструктуры ускоренными темпами, поднять качество государственных услуг, привлечь не только капитал, но и опыт частного сектора в области инвестиционного и проектного менеджмента. В результате, высвободившиеся бюджетные средства, могут быть направлены на реализацию других целей социально-экономического развития.

В Казахстане одной из наиболее популярных форм ГЧП является концессия, официальное становление которой началось в 2006 году с принятием закона "О концессиях".

В своем Послании от 29 января 2010 года Новое десятилетие - Новый экономический подъем - Новые возможности Казахстана, Президент Республики Казахстан Н.А.Назарбаев народу Казахстана высказал такую мысль: "Огромным потенциалом по привлечению частных инвестиций располагает механизм государственно-частного партнерства. Мы запустили этот механизм в Казахстане, но он требует усовершенствования в соответствии с лучшей мировой практикой".

Согласно информации Министерства национальной экономики Республики Казахстан на сегодня имеются три действующих концессионных проекта, по которым наработан определенный положительный и отрицательный опыт. Это железнодорожная линия "Станция Шар - Усть-Каменогорск", линия электропередачи Северный Казахстан - Актюбинская область и пассажирский терминал аэропорта в городе Актау.

Создание оптимальных условий для реализации инфраструктурных проектов на условиях ГЧП обеспечивается постоянным совершенствованием законодательства. Так, важным изменением в законодательстве ГЧП стал закон Республики Казахстан от 4 июля 2013 года "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты

Республики Казахстан по внедрению новых форм государственно-частного партнерства и расширению сфер их применения". Основной задачей закона является создание законодательной и институциональной основы для реализации инвестиционных проектов с использованием механизмов ГЧП в Республике Казахстан [6].

В настоящее время основными задачами ГЧП в Казахстане являются:

- снижение нагрузки на бюджет;
- привлечение бизнеса к управлению государственными активами;
- привлечение инвестиций и внедрение новых моделей взаимодействия государства и бизнеса.

Кроме того, в целях повышения привлекательности ГЧП для инвесторов в соответствии с мировой практикой внедрен новый механизм поддержки реализации ГЧП проектов - "Плата за доступность" для социально значимых, мало окупаемых проектов.

Необходимо отметить, что порог вложения концессионером собственных средств в проект ГЧП снижен с 20% до 10% от стоимости объекта концессии.

Законодательно внедрен институт проектного финансирования, который предусматривает: возможность финансирования заемщика под будущие денежные потоки; замену заемщика (концессионера) по требованию кредитора с согласия концедента; использование выделенного актива в защиту кредиторов; запрет взыскания на выделенные активы; защита от секвестра принятых государством концессионных обязательств.

В целях упрощения процедур и сокращения сроков (с существующих 2-3 лет до 6-9 месяцев) подготовки проектов ГЧП внедрены одноэтапные и двухэтапные конкурсы, в зависимости от сложности проектов.

Кроме того, в целях внедрения принципа "одного окна" на республиканском уровне, создан Центр сопровождения проектов ГЧП при НУХ "Байтерек". Центр будет обеспечивать подготовку и сопровождение всех республиканских проектов ГЧП в "одном окне" для государственных органов, а также оказывать консультативную помощь для инвесторов.

Также, в настоящее время на различных этапах готовности находятся 44 проектов на общую сумму порядка 3,5 миллиард долларов. Вместе с тем, инициируется вопрос подготовки еще 33 проектов по механизму ГЧП в различных отраслях экономики [7].

В результате изменений законодательства в Казахстане появился новый класс инфраструктурных проектов, имеющий следующие характеристики:

- проекты в отраслях, традиционно относящихся к сфере ответственности государства (транспорт, здравоохранение, образование, жилищно-коммунальное хозяйство);
- оператором выступает частный бизнес и выполняет государственные функции в рамках долгосрочного контракта (до 30 лет);
- основным гарантом по проектам выступает государство.

В Казахстане разработана программа инновационной индустриализации, реализация которой начнется с 2015 года. Основная ее цель - стимулирование диверсификации и повышения конкурентоспособности обрабатывающей промышленности страны.

Определены 6 приоритетных отраслей, где у нас есть традиционные преимущества - металлургия, химия, нефтехимия, машиностроение, строительные материалы, пищевая промышленность. Они в свою очередь разделены на 14 секторов - от черной металлургии до производства автотранспортных средств.

Новая модель финансирования индустриализации делает упор на развитии государственно-частного партнерства - на каждый бюджетный тенге ожидается привлечение 3-4 тенге частных инвестиций. 80% средств будут направлены на приоритетные отрасли и 20% - на отдельные проекты в иных отраслях обрабатывающей промышленности при условии их высокой эффективности [8].

Для эффективной реализации проектов ГЧП, на наш взгляд, необходимо обратить внимание на обеспечение следующих условий:

1) информированность и понимание частным сектором феномена ГЧП и применение его механизма, как инструмента стимулирования инвестиционной деятельности государства.

2) повышение инвестиционной привлекательности ГЧП проектов. Разработка механизмов финансирования для различных вариантов взаимодействия государства и частного капитала, в том числе предоставления государственных гарантий, а также налоговых льгот частным инвесторам, участвующим в реализации важнейших проектов;

3) макроэкономическая стабильности и стимулирование развития рыночной среды;

4) искоренение проявлений коррупции в органах власти;

5) подготовка специалистов в госструктурах для работы в области ГЧП;

6) оптимальное распределение рисков между участниками проекта ГЧП;

7) совершенствование процедур подготовки ГЧП проектов.

Изучая мировой опыт в областях использования механизмов ГЧП и создания институциональной среды для реализации инфраструктурных проектов, можно сказать, что в Казахстане сформировалась своя культура взаимодействия государства и бизнеса, сложилась наработанная практика реализации подобных проектов, существует единая государственная политика в области ГЧП, сформирована необходимая законодательная база.

Список литературы:

1. Дерябина М.А. к.э.н., зав. сектором Института экономики РАН. Теоретические и практические проблемы государственно-частного партнерства". - <http://www.imepi-eurasia.ru>

2. Государственно-частное партнерство в Республике Казахстан: Учебное пособие под ред. Абдыманапова С.А., Абиесова Ж.А. - Астана, 2013-186с.
3. О системе государственно-частного партнерства в Великобритании". -<http://www.pppinrussia.ru>.
4. Рожкова С. Анализ мирового опыта использования государственно-частного партнерства в различных отраслях экономики". - <http://www.rcb.ru>.
5. Государственно-частное партнерство: Механизмы реализации. - А.А. Алпатов, А.В. Пушкин, Р.М. Джапаридзе. - М.: Альпина Паблицерз, 2010. - 196с.
6. Проблемы банковского финансирования проектов ГЧП в Казахстане: анализ и предложения. <http://konkurs.zakon.kz>.
7. Назвали наиболее популярную форму ГЧП в Казахстане. НОВОСТИ. <http://www.today.kz>.
8. Указ Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874 "Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015 - 2019 годы".
9. Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 958 "Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы".
10. Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года "О концессиях".

Татьяна ПУПЫШЕВА, младший научный сотрудник Научно-исследовательского института Новой экономики и системного анализа, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, г. Караганда, ул. Академическая, 9, ptn7@mail.ru, +77212441624(6500)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ

В статье рассмотрено понимание стратегии и стратегического планирования. Описано стратегическое планирование в высших учебных заведениях. Проанализированы выгоды, которые предоставляются вузу благодаря стратегическому планированию.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое планирование, стратегический план.

Татьяна ПУПЫШЕВА, Жаңа экономика және жүйелік талдау Ғылыми-зерттеу институты, кіші ғылыми қызметкері, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қарағанды қ., Академическая көш. 9, ptn7@mail.ru, +77212441624(6500)

ЖОО-НЫҢ ҚЫЗМЕТТІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРЛАУ

Мақалада стратегия және стратегиялық жоспарлауды түсінуі қарап шыққан. Жоғары оқу орындарындағы стратегиялық жоспарлау сипатталған. Пайдалар ЖОО-ға берілады алғыс стратегиялық жоспарлауға талдап шыққан. Оның қалыптастыруын шетел тәжірибесі көрсеткен.

Түйінді сөздер: стратегия, стратегиялық жоспарлау, стратегиялық жоспар.

Tatyana PUPYSHEVA, junior researcher at the Scientific researching institute of New economy and system analysis, Karaganda economic university of Kazpotrebsoyuz, 100009, Karaganda, Academicheskaya st., 9, ptn7@mail.ru, +77212441624(6500)

STRATEGIC PLANNING OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS ACTIVITY

The article considers understanding of the strategy and the strategic planning. Described strategic planning in higher education. Analyzed the benefits that are provided thanks to the university strategic planning.

Keywords: strategy, strategic planning, strategic planning.

Постановка проблемы. Актуальность образования в современном мире безусловна. Высшая школа Казахстана ориентирована на достижение мирового уровня образования и вхождение в глобальное образовательное пространство. Президент Казахстана Нурсуртан Абишевич Назарбаев в Стратегии "Казахстан - 2050" отмечает: "Чтобы стать развитым конкурентоспособным государством, мы должны стать высокообразованной нацией" [1].

В Послании Президента Республики Казахстан Народу Казахстана 2014 года "Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее" в качестве одной из задач в национальном образовании Н.А. Назарбаев выделяет следующую: "Ведущие университеты должны планомерно приступать к постепенному переходу к академической и управленческой автономии" [2].

Современная казахстанская образовательная система высшего образования ориентирована на подготовку компетентных и конкурентоспособных специалистов в различных сферах общества. Особое внимание уделяется практической ориентации обучающихся и развитию их интеллектуального потенциала, соответствию казахстанских образовательных стандартов международным. Актуальны для системы высшего образования и вопросы интеграции ее с наукой, бизнесом и производством.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретическим и методологическим аспектам стратегического планирования за рубежом посвящено немало специальных исследований, работ, монографий. Это работы А.Д. Чандлера, Р. Дж. Чайлда, И. Ансоффа, Д. Фолкнера и Дж. Джонсона, Г. Минцберга, Дж.Б. Куинн, С. Гошала, Р. Акоффа, А.А. Томпсон и А.Дж. Стрикленд, П. Друкера, Д. Аакера, М. Мескона, М. Альберга, Ф. Хедоури, Ф. Котлера, К. Фляйшера, Б. Бенсуссан. Также изучением вопросов стратегического планирования занимаются российские и казахстанские авторы: Виханский О.С., Ильин А.И., Владимирова Л.П., Басовский Л.Е., Грузинов В.П., Грибов В.Д., Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Олейникова Ю.А., Уткин Э.А., Ляско В.И., Корчагин А.П., Соловьёв В.В., Поделинская И.А., Бянкин М.В., Романов А.П., Гольцштейн Г.Я., Зайцев Л.Г., Соколова М.И., Баринов В.А., Харченко В.Л., Веснин В.Р., Зуб А.Т., Шифрин М.Б., Аругюнова Д.В., Быченко Ю.Г., Казакова Н.А., Фатхутдинов Р.А. и Каренов Р.С. Вопросами, касающимися планирования вузовской деятельности посвящены работы Г. Келлера, П.М. Сенге, Б.К. Кларка, Д.В. Лесли, П. Шульте, Балобанова А.Е., Ключева А.К., Пузанкова Д.В., Рябова В.Ф., Мамонтова А.Н., Грудзинского А.О., Прядко С.Н., Ищук Т.Л., Плаксий С.И., Князева Е.А., Рубина Ю.Б., Дмитриева Г.Д., Кайгородовой П.П. и Титовой Н.Л.

Цель исследования заключается в том, чтобы рассмотреть стратегическое планирование деятельности высших учебных заведений.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Система образования Казахстана подверглась серьезному реформированию, и в этих условиях роль стратегического планирования, как во всей системе, так и в отдельных учебных заведениях значительно возрастает. Вузы на основании действующих законодательных актов, регламентирующих правила их деятельности, и исходя из ситуации, складывающейся на рынке образовательных услуг, самостоятельно разрабатывают стратегии своих организаций. Данное направление является новым для университетов и заслуживает внимательного изучения.

Основные результаты исследования. Стратегия - это мощный инструмент, позволяющий высшим учебным заведениям противостоять постоянно изменяющимся динамичным условиям, преуспевать в них. Многие зарубежные авторы занимались вопросами стратегического планирования, исследовали его особенности и сформулировали свои понятия "стратегии", акцентируя внимание на различных ее аспектах.

Альфред Дюпон Чандлер в одной из первых работ в области стратегического планирования "Strategy and Structure" рассматривает стратегию как "определение основных долгосрочных целей и задач компании и выработку направления действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей" [3, p.17], делая тем самым акцент на цели и задачи организации, от которых зависят и действия.

Значение не только целей, но и средств подчеркивает в своей статье "Organizational structure, environment and performance: the role of strategic choice" Джон Чайлд. Он понимает под стратегией "совокупность фундаментальных или принципиально важных решений относительно целей и средств предприятия" [4, p.2].

Известный специалист в области стратегического планирования Игорь Ансофф в работе "Стратегическое управление" определяет стратегию довольно просто, как "набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности" [5, с.43].

О роли конкурентного преимущества в формировании стратегии пишут в своей работе "The Challenge of Strategic Management" Д. Фолкнер и Дж. Джонсон: "Стратегия связана с выработкой долгосрочного направления движения и определением масштаба деятельности компании. Она также тесно связана с позиционированием организации по отношению к условиям внешней среды и особенно к конкурентам... Задача стратегии - сформировать максимально возможное устойчивое конкурентное преимущество не путем тактического маневрирования, а на основе принятия общей долгосрочной перспективы" [6, p.7]. Значение конкурентного преимущества актуализируется в современных рыночных условиях, когда организации

вынуждены действовать в постоянно изменяющихся условиях внешней среды, выстраивая свои стратегии применительно к ним.

Значительное развитие концепция стратегии получила в работах Генри Минцберга, рассматривающего стратегию как единство "5Р":

- стратегия как план - некий вид сознательной и намеренно разработанной последовательности действий;

- стратегия как специфический маневр, ловкий прием с целью обмануть конкурента;

- стратегия как паттерн, то есть принцип поведения, устойчивая схема действий;

- стратегия как позиция - соотношение организацией с внешней средой;

- стратегия как перспектива или основной способ деятельности организации [7, с.40-45]. Таким образом, Минцберг подчеркнул многоаспектность данной экономической категории, рассматривая ее и как план, и как набор действий, и как способ деятельности, зависящие от внешних условий и дающие конкурентное преимущество.

Известный российский ученый, занимающийся проблемами стратегического планирования профессор О.С. Виханский считает, что можно дать два основных определения стратегии. Во-первых "стратегия - это конкретный долгосрочный план достижения конкретной долгосрочной цели, а выработка стратегии - это нахождение цели и составление долгосрочного плана". Во-вторых: "Стратегия - это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям" [8, с.87-88]. Данный подход объединяет в себе понимание стратегии как плана реализации поставленных целей, и как набора конкретных действий, направленных на достижение этого плана.

Обобщая вышесказанное, можно описать стратегию как ориентир того, какой организация хочет себя видеть, куда она хочет идти и как, в общих чертах, она будет это делать.

Г. Минцберг, Дж.Б. Куинн и С. Гошал в своей работе "Стратегический процесс", говоря о стратегическом планировании, подчеркивают, что оно: "представляет собой набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей" [7, с.180]. И здесь уже, в отличие от предыдущих определений, называются лица, ответственные за стратегическое планирование - руководители.

Как отмечает Игорь Ансофф: "Стратегическое планирование как логический, аналитический процесс определения будущего положения фирмы в зависимости от внешних условий деятельности было разработано фирмами, которые стремились повернуть вспять процесс замедления роста и морального устаревания техники и технологии. Само по себе оно не гарантирует успеха. Его задача состоит

в обеспечении нововведений и изменений для адекватной реакции на изменения во внешней среде" [5, с.263]. Таким образом, стратегическое планирование имеет инновационный потенциал.

В целом, обобщая их подходы к стратегическому планированию, необходимо отметить, что все они подчеркивают, что стратегическое планирование - это процесс постановки целей и задач организации, исходя из ее возможностей и условий внешней среды. Оно направлено на долгосрочную перспективу и дает, в случае правильного его использования, конкурентное преимущество.

Такое понимание стратегии как процесса, направляющего организацию в сторону конечного состояния совпадает с мнением классика менеджмента Питера Фердинанда Друкера, который указывает: "Не имеет значения, насколько мудрыми, дальновидными или смелыми были решения и действия, предпринятые ранее - они будут застигнуты врасплох новыми событиями ... События никогда не происходят так, как ожидается, будущее всегда бывает другим" [9, с.17]. То есть он указывает, что в стратегическом планировании в изменяющейся ситуации всегда остается свобода выбора. В стратегическом планировании будущее рассматривается вариативно как в позитивном, так и в негативном направлениях развития событий. Поэтому в стратегическом планировании ключевое место отводится анализу перспектив организации, внешних и внутренних факторов, выяснению тех опасностей и возможностей, которые способны изменить сложившиеся тенденции. Кроме того, в стратегическом планировании плановый горизонт ограничен не временем, а темпами развития организации и сферы в целом.

Относится это и к организациям, действующим на рынке образовательных услуг, в частности к высшим учебным заведениям. В этом ключе интересна позиция Джона Келлера, который говорит о сознательной академической стратегии как о соответствующем ответе на потрясения. [10, с.79]. При этом стратегическое планирование дает возможность университету, колледжу, кафедре и административному подразделению спланировать собственный курс и определить свое собственное будущее. [11, с.18].

Российский исследователь стратегического развития вузов Титова Н.Л. отмечает, что после распада Советского Союза в связи с переходом к рыночным отношениям высшие учебные заведения постсоветского пространства были вынуждены перестраивать свою деятельность, так как столкнулись с множеством проблем:

- реформирование системы высшего образования;
- резкое уменьшение государственного финансирования, а в случае с частными вузами - переход к финансированию за счет собственных средств; изменение спроса на образовательные услуги;
- рост конкуренции среди высших учебных заведений;

- несоответствие материально-технической базы вузов современным условиям труда;

- снижение уровня требований к образовательным услугам со стороны самих обучающихся;

- отток вузовских кадров в другие сферы деятельности, а квалифицированных кадров за рубеж;

- отсутствие такого управленческого опыта и знаний у руководства университетов, который позволял бы осуществлять эффективную работу в изменившихся условиях;

- и, наконец, нехватка кадров, способных обеспечивать подготовку специалистов по новым перспективным направлениям.

В этих условиях вопросы стратегического планирования актуализировались на государственном уровне, равно как и на уровне высших учебных заведений. На данный момент стратегическое планирование, осуществляемое на уровне высшего руководства, стало затрагивать все принципиальные решения по поводу будущей деятельности вузов. Оно дает возможность отвечать на следующие вопросы:

- какова деятельность вуза в настоящее время;

- какова его глобальная цель или цели;

- какова будет деятельность вуза в будущем, как в ближайшем, так и в долгосрочном;

- какие меры следует предпринять, для того, чтобы это видение вуза реализовалось на практике?

Стратегия вуза - это комплексный, долгосрочный план действий, объединенных в систему, и их реальное осуществление на основе всестороннего изучения всех закономерностей внешних и внутренних факторов, поставленных целей и задач, обеспечивающих эффективность деятельности этих учреждений. Она включает в себя, с одной стороны, изучение закономерностей, концептуальных основ высшего образования в контексте общего направления развития общества, анализ внешних и внутренних условий, прогнозирование тенденций и возможных вариантов, определение комплекса целей и распределение вытекающих отсюда задач, разработку технологий, методов, организационных форм, способных обеспечить достижение поставленных целей. С другой стороны, стратегия вуза предполагает многомерные, долгосрочные, продуманные, активные, настойчивые и корректируемые, по мере необходимости, действия руководства и всего персонала, обеспечивающие поэтапное эффективное решение задач, достижение целей, выполнение миссии вуза.

Как правило, стратегия вуза выдвигается на длительный период, а процессы ее корректировки, реализации, контроля и оценки должны происходить непрерывно. Она способствует предвидению изменений, происходящих во внешней среде, и помогает откликаться на них. Стратегическое планирование обеспечивает высшему учебному заведению устойчивое развитие, повышает его конкурентоспособность, в случае если оно базируется на совокупности способов, приемов и методов планирования, а также непрерывности

процессов реализации, контроля и анализа деятельности. При этом оно должно сочетаться с оперативным и тактическим управлением.

Вуз - это сложная многоаспектная система, поэтому в нем одновременно развивается нескольких стратегических направлений, обозначаемых в стратегическом плане. В своем стратегическом планировании высшие учебные заведения ориентируются на комбинацию принципов, включающую в себя:

- определение и выдвижение приоритетных целей вуза;
- ожидание воплощения выдвинутых целей за определенный период, с учетом выявленных возможностей и угроз, сильных и слабых сторон организации;
- конкретные механизмы реализации намеченных целей.

Базовая схема стратегического плана высшего учебного заведения, состоящая из миссии, целей, проектов и программ, их реализации, анализа и оценки результатов и последствий реализации проектов и программ, анализа ситуации, изображена на рисунке 1.

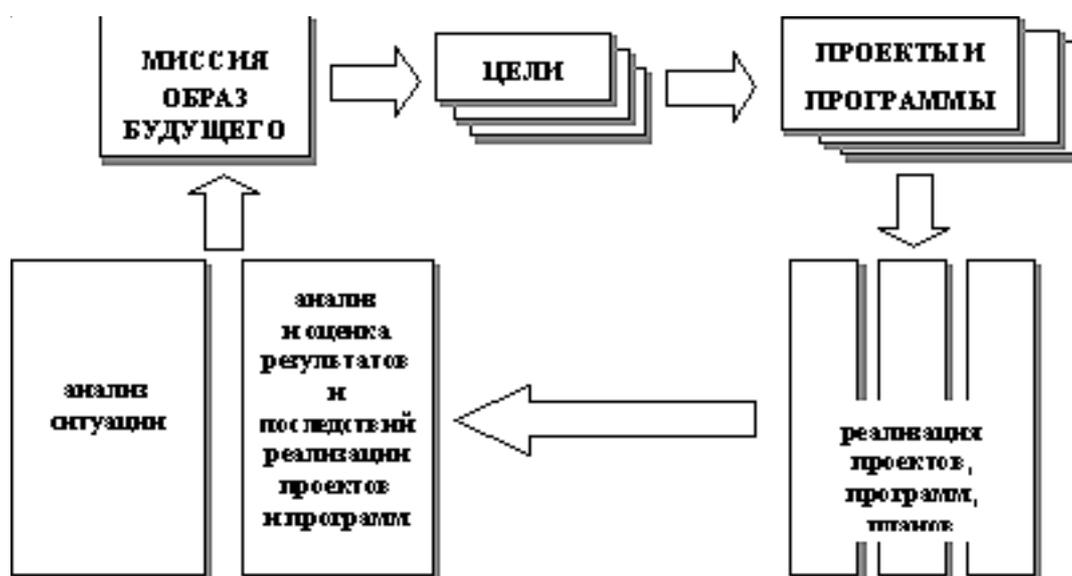
Высшие учебные заведения действуют в динамичных условиях, поэтому для них актуальны мониторинг состояния рынка образовательных услуг и оценка собственного положение на этом рынке. Кроме того, они вынуждены применять методы прогнозирования развития рынка, разрабатывать альтернативные варианты деятельности в зависимости от изменений внешней среды, осуществлять оценку и контроль внутренних и внешних факторов.

Все это свидетельствует о том, что стратегия вуза должна быть научно-обоснованной, и только в этом случае деятельность вуза будет успешной. Она должна ориентироваться на долгосрочную перспективу, обеспечивать устойчивое развитие и

конкурентоспособность, соответствовать социально-экономическим условиям, инновационным тенденциям образования, науки и экономики. Актуальным является вопрос определения высшими учебными заведениями своего конкурентного преимущества. Необходим и механизм оценки и контроля реализации стратегии развития вуза, чему, безусловно, способствует система сбалансированных показателей, комплексно охватывающая цели и задачи вуза.

Высшие учебные заведения разрабатывают собственные стратегии, исходя из имеющихся у них ресурсов и ситуации внешней среды, определяя основные этапы развития, обосновывая приоритеты деятельности, а также формы взаимодействия как с партнерами и потребителями, так и с конкурентами. Они используют комплексную методологию стратегического планирования, так как ресурсы их организаций, в том числе и экономические, ограничены, а стратегическое планирование позволяет сконцентрировать их в определенном направлении, и максимизировать выгоду заинтересованных сторон - студентов, работодателей, специалистов, финансирующие организации, а также внутренние заинтересованные стороны, такие как профессорско-преподавательский состав и персонал.

Стратегическое планирование деятельности высшего учебного заведения не гарантирует однозначный успех в достижении целей. Однако в целом оно создает благоприятной среду, так как прогнозирует угрозы, проблемы и возможности развития, создает план на длительный срок, а также его альтернативы, которые можно применить в случае необходимости. Данные благоприятные факторы оказывают влияние не только на вуз в целом, но и отдельные его структурные подразделения, так как стратегическое планирование определяет для них четкие цели и задач, фиксирует желаемые показатели,



Примечание - Составлено автором по данным [12, с.25]

Рисунок 1 - Схема стратегического плана высшего учебного заведения

оценивает и контролирует их деятельность, что приводит к достижению общего корпоративного направления развития.

Процесс стратегического планирования обеспечивает успех и в том, что связано с определением траектории развития и с управлением персоналом. Систематизированные плановые решения позволяют руководству вуза снижать риски принятия неправильных решений из-за ошибочной или недостоверной информации о своих возможностях и угрозах, сильных и слабых сторонах.

Выводы из данного исследования и перспективы последующих разработок в данном направлении. В настоящее время стратегическое планирование занимает важное место среди управленческих технологий высшей школы, так как оно, работая на основе научной базы, обеспечивает долгосрочное согласование системы высшего образования с ее внешним окружением, позволяя вузам стать эффективно функционирующей саморазвивающейся системой. В масштабах страны, оно способствует комплексному развитию системы высшего образования, мобилизует внутренние интеллектуальные и материально-технические ресурсы, укрепляет взаимодействие между отдельными вузами внутри страны, развивает международное межвузовское сотрудничество, тем самым обеспечивает развитие экономики.

Казахстан в своем развитии ориентируется на рыночные отношения, при этом пристальное внимание сосредоточено на сохранении и формировании человеческого капитала, основой которого, наряду со здоровьем, выступает образование. Особенно это касается высшей его ступени. Опыт развитых стран свидетельствует о том, что инвестиции в образование приносят существенную отдачу экономике и обществу. Международные исследования, проведенные на макро и микроуровне показали, что существует прямая связь между уровнем образования, определяющим профессиональные компетенции, и уровнем производительности, а, следовательно, доходом. Поэтому развитие страны инвестируют в развитие образования и науки значительные средства, рассматривая их не как расходы на социальные нужды, а как экономические инвестиции.

Стратегическое планирование также способно приносить экономическую выгоду. Правильно планируя и осуществляя свою деятельность, высшие учебные заведения не только преуспевают как отдельные организации, но и в целом способствуют развитию системы образования, а, следовательно, социально-экономическому развитию страны, обеспечивая более высокую производительность труда и повышая конкурентоспособность.

Современные рыночные условия ставят перед высшими учебными заведениями множество задач, определяя направления их деятельности. Социально-экономическое развитие Казахстана ориентировано на инновационность, в наибольшей степени способствующую экономическому росту и социальному развитию общества. Это требует от вузов разработки новых активных стратегий

деятельности, ориентированных на запросы рынка труда и подготовку специалистов, восприимчивых к инновациям, обладающих компетенциями в приоритетных направлениях производства, образования и науки. Все перечисленные факторы должны учитываться при формировании системы стратегического планирования.

На данный момент стратегическое планирование является скорее правилом, чем исключением. Оно актуально для организаций различных сфер деятельности. В системе образования темпы изменения и увеличения знаний высоки, и стратегическое планирование позволяет прогнозировать будущие проблемы и перспективы, разрабатывать реакции на них. Высшим учебным заведениям это дает возможность сформулировать цели и задачи, определить направления деятельности, создать единую корпоративную стратегию. Требования и ожидания государства и общества относительно высшего образования постоянно растут, а стратегическое планирование, обеспечивая взаимодействие между вузами и заинтересованными в их услугах сторонами, создает механизмы, позволяющие им реализоваться на практике. В современных динамичных условиях стратегическое планирование позволяет вузам адаптироваться и преуспевать на рынке образовательных и исследовательских услуг.

В целом, высшим учебным заведениям, для того чтобы система их стратегического планирования была эффективна, необходимо подходить к ней комплексно: рассматривать вуз как образовательный и исследовательский центр, ориентироваться на принятые государственные стратегии, мировые образовательные тенденции, актуальные для страны направления развития, одновременную долгосрочную перспективу и гибкость деятельности, расширять применяемую методологию планирования. Только в этом случае высшие учебные заведения будут успешными и конкурентоспособными на рынке образовательных и исследовательских услуг.

Список литературы:

1. Послание Республики Казахстан Н. Назарбаева Народу Казахстана "Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее". - Астана: Аккорда, 17 января 2014 года. - Режим доступа: Официальный сайт Президента Республики Казахстан <http://www.akorda.kz>
2. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана "Стратегия "Казахстан-2050" - новый политический курс состоявшегося государства". - Астана: Аккорда, 14 декабря 2012 года. - Режим доступа: Официальный сайт Президента Республики Казахстан <http://www.akorda.kz>
3. Chandler A.D. Strategy and Structure. - MIT Press, Boston, MA, 1962. - 480 p.
4. Child J. Organizational structure, environment and performance: the role of strategic choice // Sociology. - 1972. - № 6(3). - P. 1-22.
5. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989. - 359 с.

6. Faulkner D., Johnson G. The Challenge of Strategic Management. - Kogan Page, London. - 1992. - 215 p.
7. Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2001. - 543 с.
8. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2006. - 296 с.
9. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. - 288 с.
10. Keller G. Academic Strategy. The management revolution in higher education. - The Johns Hopkins University Press, 1983. - 211 p.
11. Jurinski J. Strategic planning. Saranac Lake, NY: American Management Association, 1993.
12. Балобанов А.Е., Клюев А.К. Стратегическое планирование развития университета // Университетское управление: практика и анализ. - 2002. - № 2(21). - С. 18-27.

Евгения ПУНТУС, младший научный сотрудник научно-исследовательского института экономических и правовых исследований, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, Караганда, ул. Академическая, 9, genyuuya@gmail.com, +77212441624(6500)

КОНФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАЗАХСТАНЦЕВ В КОНТЕКСТЕ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СЕТЕЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ КАЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА)

В статье рассмотрены теоретические и практические вопросы развития конфессиональной идентичности и ее места в структуре идентичностей современного казахстанца. Статья написана на основе оригинальных данных проведенного прикладного исследования.

Ключевые слова: идентичность, конфессиональная идентичность, этническая идентичность

Евгения ПУНТУС, экономикалық және құқықтық зерттеу ғылыми-зерттеу институтының кіші ғылыми қызметкері, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қарағанды қ, Академическая, көш 9, genyuuya@gmail.com, +77212441624(6500)

ҚАЗАҚСТАНДЫҚТЫҢ КОНФЕССИЯЛЫҚ БІРДЕЙЛІГІ АРА КҮШТІ ЖӘНЕ ӘЛСІЗ АУДЫҢ КОНТЕКСТ (ША НАРЫҚТЫ АНАЛИЗДЫҢ МАТЕРИАЛДАРЫНА)

Мақалада конфессиялық дамытудың теориялық және тәжірибелік дамытудың және оның қазіргі казахстандықтың идентичностей құрылымының орны қарастырылған. Мақала нақты қолданбалы зерттеулер мәліметі негізінде жазылған.

Түйінді сөздер: бірдейлік, конфессиялық бірдейлік, этникалық бірдейлік.

Evgenia PUNTUS, junior researcher at the Scientific researching institute of Economic and legal researches, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, genyuuya@gmail.com, +77212441624(6500)

CONFESSIONAL IDENTITY OF KAZAKHSTAN CITIZENS IN THE CONTEXT OF STRONG AND WEAK NETWORKS (ON MATERIALS OF THE QUALITATIVE ANALYSIS)

In article theoretical and practical questions of development of confessional identity and its place in structure of identity of the modern Kazakhstan citizen are considered. Article is written on the basis of original data of the conducted applied research.

Keywords: identity, confessional identity, ethnic identity

Что касается контекста формирования и отправления религиозной интеракции, то здесь мы имеем дело с высоким процентом влияния родственных связей, которые составляют основу сети конфессионального общения большинства казахстанцев.

По результатам проведенных наблюдений (6 наблюдений, из них 3 включенных), индивидуальных интервью (12 интервью) и фокус-групп (2 фокус-группы) была предпринята попытка построения сети индивидуального конфессионального общения/влияния. На выходе был получен результат далекий от однозначности прочтения, в рамках которого условно были выделены три типа конфессиональных сетей, характерных для трех различных типов носителей конфессиональной идентичности: "представитель традиционной религии" - "классическая" модель, "атеист, соблюдающий обычаи и традиции этнической культуры" - "нейтральная" модель и "представитель нетрадиционной религии" - "нетрадиционная" модель.

Первым вопросом, который был выделен в рамках проведенного анализа, стал вопрос о

персональной сети респондентов, принявших участие в индивидуальных интервью и фокус-группах, и ее связи с другими персональными сетями. Двигается ли человек в своих, в том числе конфессиональных отношениях в основном в том микромире, который ему принадлежит, или он стремится его расширить и/или перейти в другой? Так же важным является вопрос о взаимодействии микромиров различных людей. Интересным вопросом также стал вопрос о том, насколько тесными (сильными) являются выявленные сетевые контакты, что существующие сетевые "узлы" знают друг о друге, могут ли они выступать ресурсным полем конфессиональной деятельности и коммуникации друг для друга. Так же в угол зрения была включена опосредованная сеть общения индивида в контексте анализа возможного влияния на трансформацию сложившейся в поле непосредственно установленной сети явного "конфессионального влияния". В индивидуальном интервью и фокус-группах (было проведено две фокус-группы) приняло участие 14 человек. В основу выборки легло наличие/отсутствие конфессиональной принадлежности, возраст и пол. В процессе проведенных исследований были

выявлены цепи, которые относятся к сети конфессионального общения. Были построены три сети, которые условно могут быть названы "традиционная", "нейтральная" и "нетрадиционная". В среднем каждая сеть охватила 12,7 человека. Из них, ядро сети, ближайшее окружение ("адепты влияния") - 4,7 человека, а остальные были отнесены к более далекому слою в контексте категории личностной сети общения.

1. "Классическая" сеть конфессионального общения/влияния.

Данная сеть соответствует типу конфессиональной идентичности характерной для большинства респондентов, охарактеризовавших себя как сторонников традиционной религии: ислам, православие, католичество. Религиозное поведение: обязательное (хотя были приведены и примеры исключительных ситуаций) посещение церкви/мечети/костела по большим религиозным праздникам; чтение молитв/намаза (опрошенные наизусть смогли продекларировать только "Отче наш"); желательное соблюдение Большого поста; желательное чтение священных книг (Библии, Корана); желательное паломничество, посещение церкви/мечети в период тяжелых жизненных ситуаций (интересно, что никто не упомянул визиты в храмы по поводу радостных событий с целью вознесения благодарности). Примечательно, что ни один из опрошенных не упомянул в беседе, старается ли он следовать Заповедям и как в его повседневной жизненной практике реализуются нормы религиозной морали. Конечно, это не значит, что данные нормы не работают совсем, наоборот, тот факт, что человек не осознает их религиозного происхождения, свидетельствует в пользу их абсолютной легитимности и укорененности. Тем не менее, человек, считающий себя верующим, должен отдавать себе отчет в том насколько религиозные практики представлены/должны быть представлены в его повседневной жизни.

Конфессиональная идентичность: верующий (сторонник традиционной религии) преимущественно идентифицирует себя посредством различных элементов религиозного поведения, однако в его модели нашлось место и для псевдорелигиозного (интерес к астрологии, магии, экстрасенсорике и пр.), что также оказывает влияния на процессы самовосприятия.

В ядре общения, наиболее близком окружении, доминируют родственники. Знакомые, коллеги по работе и соседи, скорее были отнесены к членам расширенного круга. Интересно, что друзья стояли как в ядре сети, так и в более расширенной ее части. Сеть ближайшего окружения состоит в основном из друзей и родственников. Родственники из ближайшей линии - это наиболее близкие родственники, которых респондент относит к своему ближайшему окружению. Большое значение родственных связей показывает и высокий процент, полученный в ходе опроса, - 44,3% родственников относятся к ядру персональной сети, а также к персональной сети вообще. Однако было бы не правильно делать общий вывод о том, что все

родственники имеют для конфессионально четко ориентированного индивида определенный "близкий" статус и могут пользоваться этим статусом, определяя процессы формирования/трансформации переживания индивидом чувства конфессиональной тождественности. Значительно важнее отметить, что индивид называет в своем ближайшем окружении тех людей (даже не всегда состоящих с ним в близком родстве), которые имеют для данного конкретного "Я" особое значение. Однако следует отметить, что это значение распространяется не только и даже не столько на вопросы конфессиональной тождественности индивида, а в целом формирует общее "поле" конструируемой индивидуальной картины мира в котором религиозная этика выступает в качестве фоновой составляющей.

Большое значение для понимания силы связей сети "конфессионального влияния" имеет анализ состояния и перспектив физического расширения пространства, в котором осуществляется коммуникативная сеть индивида. Как показали результаты исследования большая часть "адептов" индивидуальной сети респондентов пребывает с ними в достаточно физически ограниченном пространстве - дом, улица, район и город (указаны в порядке убывания/ослабления показателя). Так пятая часть членов коммуникативной сети проживает в одном доме (квартире) с респондентом. Еще одна пятая часть принадлежащих проживает в том же районе (являются прихожанами одной церкви/мечети/костела).

Проживают в других районах одного с респондентами города еще 40% людей, отнесенных опрошенными к ядрам индивидуальной коммуникативной сети.

Таким образом, мы можем сказать, что практически 80% источников, которые составляют ядро конфессиональной коммуникации индивида, проживают в одном и том же городе и только 20% - за его пределами.

Что касается этих двадцати процентов, то здесь сложно делать какие-либо однозначные выводы. Сложность заключается в том, что часть респондентов указали в качестве ядер сети конфессиональной интеракции - форумы общения сетевых Интернет-ресурсов. Понятно, что данные "ядра" имеют характеристику "размытого физического пространства" и нельзя сколько-нибудь точно определить степень территориальной удаленности/приближенности данного источника к индивиду. Однако учитывая доступность этих источников и их фактическую анонимность можно предположить, что сами индивиды, имеющие их в своем сетевом окружении, не всегда способны правильно оценить степень их влияния и близость отношений.

Отдельную "нишу" в характеристике "классических" типов конфессиональных сетей должны занимать официальные представители/носители религии (священники/имамы/ксендзы), т.е. те, кто непосредственно несет ответственность за формирование конфессиональности и чьей функциональной обязанностью является оказание

прямого и непосредственного влияния на ее "содержание". Однако, как показали результаты как количественного, так и качественного исследований, даже считающие себя верующими индивиды не всегда рассматривают священнослужителей как членов своей конфессиональной коммуникативной сети. Этот парадокс, конечно, объясним, но при этом он не перестает быть парадоксом. Ведь если рассматривать коммуникативные сети "классически конфессиональных обществ" (чаще всего периода средневековья или современные традиционные общества) то здесь, помимо того, что мы имеем дело с однозначно сильными и физически локализованными в пространстве закрытыми сетями, мы можем четко выделить "ядро", которое прочно пребывает в центре "сетевой паутины" и представлено священнослужителем общины, который является "абсолютным адептом" во всех вопросах веры.

Сейчас же коммуникативная сеть "классических религий", по крайней мере, в контексте нашего общества, представлена "сетевым плюрализмом" со множеством самостоятельных ядер, некоторые из которых даже не связаны друг с другом. Это слабые, открытые сети, которые позволяют мировым религиям выживать, но и которые способствуют их саморазрушению зачастую под влиянием околорелигиозных учений (астрология, йога, магия) и нетрадиционных религий.

Таким образом, основное влияние, в плане формирования конфессиональной идентичности современных казахстанцев, придерживающихся традиционных верований (православие, ислам, католицизм), протекает в рамках родственных и/или дружественных контактов (это утверждение справедливо преимущественно в отношении друзей одной с респондентом этнической группы), которые складываются и поддерживаются по месту жительства или, по крайней мере, в данном городе. Это непосредственное окружение составляет личностный ресурс индивида, в котором он проявляет свои конфессиональные интеракции. Священнослужители в этом кругу представлены крайне ограниченно - не более 3%. К ним практически не обращаются за советами и разъяснениями в вопросах веры (предпочитая использовать для этих целей Интернет - "Это же быстрее и проще" - цитата из интервью). Священнослужители не воспринимаются как проводники в вопросах веры, респонденты более склонны рассматривать их в качестве строгих учителей, прекрасно знающих свой предмет и склонных к выставлению "неуда". Проще говоря, к ним бояться/стесняются лишней раз обращаться ("зачем тревожить, неудобно", цитата из интервью). Конечно священнослужители не воспринимаются как небожители, но и отношение к ним нельзя назвать отношением как к "простым смертным". Для большинства опрошенных данной группы слово "официального носителя религии" - закон. Но латентный страх осуждения собственной безграмотности в вопросах веры, "греховности" и смутно осознаваемой конфессиональной эклектичности, сдерживает развитие процесса

общения. Стоит отметить, что и большая часть священнослужителей своим поведением/отношением способствует сохранению данной дистанции, полагая, что индивид не может не знать "прописные истины". Часто нервное напряжение, страх сделать "что-то не так" сопровождает индивидов, в рамках различного рода официальных священных ритуалов (по материалам интервью).

Вообще отношение сторонников классической религии (православие/ислам/католичество) к отправлению религиозных обрядов в большинстве своем носит эклектичный характер. Так, например, опрос, проведенный в рамках включенного наблюдения (19 января 2013/2014 гг., Свято Веденский собор, очередь за Святой водой), показал, что мало кто из присутствующих осознает реальное значение праздника Крещения. Мне были даны дюжины рецептов как использовать Святую воду: "запивать лекарство - лучше помогает", "купаться - ковшик в ванную и все грехи смываются", "чистит дом - надо окропить углы и вся нечистая сила уйдет", "умывать ребенка, если не спит - значит, сглазили" и прочее. На прямой вопрос, "зачем же набирать по 40-60 литров Святой воды", очередь оживилась и выдала несколько "вариантов" ответов: "так не только же себе, а родные, соседи, которые сегодня не смогли", "она же не портится - пусть стоит", "такое раз в год бывает, мало ли для чего понадобится" и другие. При этом люди еще отмечали, что они в ночь и из под крана воду набирают - "говорят, что Святая везде".

Схожие результаты дало и включенное наблюдение (с опросом) за купающимися на Крещение в проруби (19 января 2014 год). Из 37 опрошенных только двое более-менее четко смогли сформулировать значение крещенского купания. Однако когда я пыталась "пойти" вглубь христианской или православной традиции обосновывая, что данное купание не признается церковью как отпущение грехов (что, по версии купающихся является основной целью мероприятия) и должно рассматриваться, скорее, как языческий ритуал, это вызывало абсолютное удивление и показало неосведомленность в вопросах христианской традиции. Очень показательной, на мой взгляд, стала реакция на вопрос девушки лет восемнадцати. "Мы купаемся, потому что православные", ответила она, потом обернулась к подругам и не уверенно уточнила: "русские ведь православные, да...". При этом также необходимо отметить реакцию удивления "традиционных носителей православия" на участие в данном ритуале представителей "неславянских" этносов. Попытки объяснить, что религия и этническая принадлежность не всегда совпадают, да и не должны совпадать, вызвала у значительной части присутствующих искреннее удивление, потому как сами они верят в рамках этнической традиции.

2. "Нейтральная" сеть конфессионального общения/влияния.

Данная сеть соответствует типу конфессиональной идентичности характерной для большинства респондентов, охарактеризовавших себя как атеисты. Религиозное поведение: иногда ходят в церковь/мечеть по праздникам (за компанию) или важным для семьи мероприятиям, охотно

отмечают такие праздники как Пасха, Рождество, Курбан айт и др. В повседневной жизненной практике склонны демонстрировать стандартное следование нормам и ценностям общественной морали. Конфессиональная идентичность: "атеист" идентифицирует себя посредством различных элементов религиозного и/или псевдорелигиозного (интерес к астрологии, магии, экстрасенсорике и пр.) поведения, норм и ценностей.

В отличие от "классической/традиционной" сети конфессионального общения/влияния группа респондентов, дала более-менее однозначные результаты, ориентированные на осознание наличия влияния на них как со стороны "осязаемых" носителей веры, так и стороны других источников распространения конфессиональной информации. В данную группу комплексно были отнесены респонденты, не считающие себя верующими, но и не имеющие определенную позицию в отношении веры.

Здесь в ядре общения, наиболее близком окружении, также, как и в первой "модели", доминируют родственники. Знакомые, коллеги по работе и соседи, отнесены к членам расширенного круга. Друзья, в большинстве своем, стоят в ядре сети. Таким образом, здесь сеть ближайшего окружения также состоит в основном из друзей и родственников. Также в качестве источников возможного влияния были названы Интернет и телевидение. В том что касается последних, "влияние" в основном представлено повышенным интересом к "околорелигиозными" учениям (астрология, магия, йога) и, частично, нетрадиционными религиями.

Конечно нельзя утверждать, что данные источники не проявляются у представителей "первой группы", но в отличие от них, респонденты, вошедшие во "вторую группу" признают наличие этого интереса и возможного влияния.

Современное общество не обожествляет вождей, но обожествляет красоту, здоровье, богатство. Отказываясь от религиозных действий, человек изобретает свои обыденные ритуалы, которыми незаметно для него становятся просмотр телевизора, походы в кино или даже семейные ссоры. Исповедь заменяется сеансом у психотерапевта, роль храмов начинают выполнять торговые центры. Представители "второй группы" в рамках индивидуальных коммуникативных сетей демонстрируют различные образцы не конфессионального, но религиозного поведения характерного для атеистического общества. Полезны ли человеку такие псевдорелигиозные элементы? Ответ на данный вопрос дать достаточно сложно. Однако их проявление в ситуации неизбежности включенности современного казахстанца в контекст псевдорелигиозных сетей достаточно закономерно.

Картина конфессиональной идентичности носителей сетей "второй группы" выглядит более структурированной, чем в первом случае, в ней наблюдается гораздо меньше эклектики.

В рамках включенных наблюдений представители данной группы охотнее шли на неформальный контакт и не демонстрировали агрессивности реакций на "конфессиональные

выпады" исследователя. Их комментарии в большинстве своем носили ироничный характер. Интересную параллель провел мужчина 60-65 лет, который, простояв в очереди за Святой водой три часа, достаточно бодро заметил: "Раньше за колбасой стояли, теперь вот за Святой водой стоим". Данное замечание вызвало достаточно негативную реакцию со стороны представителей группы, условно обозначенной как "первая".

3. "Нетрадиционная" сеть конфессионального общения/влияния.

Эта сеть соответствует типу конфессиональной идентичности характерной для большинства респондентов, охарактеризовавших себя как сторонников нетрадиционной религии (по классификации). В данную группу были отнесены респонденты, являющиеся сторонниками нетрадиционных религиозных учений (Свидетели Иеговы, Грейс, Баптисты, Пятидесятники, Лютеране, Кришнаиты (с последними проводились только индивидуальные интервью)).

Конфессиональная идентичность: верующий (сторонник нетрадиционной религии) идентифицирует себя посредством четко структурированных элементов религиозного поведения.

Религиозное поведение: жесткое следование всем нормам поведения, предписанным Церковью (обязательное количество посещений церкви в неделю, "общественная деятельность", пропаганда веры, вербовка новых сторонников, зарабатывание денег на благо общины, строгое соблюдение правил в одежде и др.). Следует отметить, что предписанное поведение в рамках некоторых из представленных нетрадиционных религиозных учений иногда идет в разрез с нормами общественной морали и правом.

Данная группа респондентов крайне плохо шла на контакт и проявляла некоторую агрессивность реакции на вопросы, заданные в контексте "определения" их варианта сети конфессионального общения/влияния.

Сразу необходимо отметить, что сторонники нетрадиционной религии демонстрируют гораздо большую связь с "традиционной моделью" сети конфессионального общения, описанной выше. Данные сети, с большой долей вероятности, можно отнести к сильным сетям. В них присутствует выраженное "ядро" - священнослужитель и именно он является центром и источником конфессионально знания и опыта. К нему обращаются не только за советом и помощью, но и за разъяснениями по различным вопросам, связанным с отправлением веры. В одних случаях он - учитель, в других - советник, в третьи даже друг, но при этом, всегда в центре. Его окружают наиболее преданные сторонники, которые, в свою очередь, вовлекают в круги общения других сторонников и так далее. Таким образом, здесь, вероятно, срабатывает классическая схема сети: "ядро" - "член 1" - "член 1.1" и "член 1.2" - "член 1.2.1", "член 1.2.2", "член 1.2.3" и так далее. Однако то, что в опросе принимали участие только отдельные представители индивидуальных сетей конфессиональной коммуникации, данное

предположение может рассматриваться как вероятностное.

Территориальное единство "неклассических" сетей конфессионального общения не является абсолютным, так как в сеть включены "заезжие адепты" - верховные учителя-проповедники, приезжающие к "пастве" время от времени (стоит отметить, что у носителей традиционных религий верховные религиозные саны в сети конфессионального общения вообще не фигурируют).

Несмотря на кажущийся либерализм отдельных учений (например, Кришнаиты), сети третьего типа могут быть охарактеризованы как закрытые, так как "членство" в них достаточно четко регламентировано и может быть обеспечено только за счет "реального принятия веры", выраженное в изменении образа жизни, которое легко отслеживается (особенно это касается Свидетелей Иеговы, Грейс и Кришнаитов).

Модели конфессиональной идентичности современных казахстанцев, формируемые в рамках общеинформационного сетевого пространства в контексте сетей индивидуального общения не могут быть рассмотрены и охарактеризованы с позиций высокой доли объективности, так как их прочтение далеко от однозначности.

Несмотря на рост показателей "религиозной причастности" и сопутствующих ей специфическим культурно и исторически обусловленным формам религиозных практик говорить об устойчивости идентичности крайне затруднительно. Рост

количественных показателей, в данном случае, пока не перешел в качество, эталоном которого является постулируемая всеми традиционными (и нетрадиционными) конфессиями модель сети конфессионального общения/влияния. Тем не менее, несмотря на критические оценки, высказанные представителями доминирующих по численности традиционных конфессий, мы не можем и не должны оценивать сложившуюся ситуацию как положительную или отрицательную. Вынося какие-либо вердикты, мы не должны забывать что понятия "религиозности" и "конфессиональности" не идентичны. Конфессиональная идентичность в современных обществах, начиная с периода модерна, приобретает более сложный, широкий характер, чем религиозная, которая в данном случае рассматривается как ее составляющая. Конфессиональная идентичность современных казахстанцев, формируемая, как уже неоднократно отмечалось выше, под влиянием различных типов сетей, которые иногда бывает даже сложно отследить ввиду "клипового", фрагментарного характера их влияния (при этом фрагментарность не означает незначимость), вплетает в себя традиционные этнические и религиозные верования, языческую мифологию, псевдорелигиозные императивы, базовые общечеловеческие ценности, культурно-историческое наследие советского общества, мультикультурные ценности глобализации и только формируемы национальные ценности.

Куралай МАЙМУРУНОВА, МҚ-23 тобының 2-ші курс магистранты, Қарағанды "Болашақ" университеті, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Ерубаяев көш., 16, akolovna@mail.ru, +77029518729

ТІЛДЕГІ СӨЗ ЖҰТУ ДЫҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТҮРЛЕРІ (ЖАЙ-КҮЙЛЕРІ)

Мақалада қазақ тіліндегі сөз жұту заңының лингвистикалық сипаты, олардың тіл деңгейлеріндегі көрінісі, сөз жұтуды тудырушы факторлар сөз болады. Үнемдеу заңының тілдегі негізгі ұғымдары анықталып, олардың қолданыс ерекшеліктері мен тілдегі қызметі теориялық тұрғыдан қарастырылды.

Түйінді сөздер: сөз жұту, психолінгвистика, тілдік үнемдеу.

Куралай МАЙМУРУНОВА, магистрант 2 курс, группы МК-23, Карагандинский университет "Болашақ", Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Ерубаяева, 16, akjolovna@mail.ru, +77029518729

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВИДЫ УСЕЧЕНИЕ СЛОВ В ЯЗЫКЕ

В статье рассматривается лингвистический характер учение слов на казахском языке и влияющие факторы на них. Закон экономии в языкознании рассматривается как одна из основных причин развития и изменения языковой системы.

Ключевые слова: усечение слов, психолінгвистика, экономия речи.

Kuralai MAIMURUNOVA, undergraduate 2 courses, group MK-23, Karaganda University "Bolashak", Republic of Kazakhstan, Karaganda, Erubaeva str. 16, akjolovna@mail.ru, +77029518729

FORMS OF PSYCHOLOGICAL APOSIOPESIS IN LINGUISTICS

This article discusses the linguistic character of the law of economy in the Kazakh language and the factors which may influence them. The law of economy in linguistics is regarded as one of the main reasons for the development and changes in the language system.

Keywords: aposiopesis, linguistics, economy speech.

"Жұту" сөзі ғылымның бірнеше саласында қолданылады. Және қолданылу аясына сай мынадай мағыналары бар: 1) **сұйықты жұту** (биология); 2) **су жұту** - тау жыныстарының су сіңіру қабілеті(физика); 3) **Адсорбтану** - қатты немесе сұйық заттар бетінің газ, бу және еріген заттарды сіңіруі (химия). Жоғарыда аталғандай "жұту" сөзі ғылымның биология, химия, физика сияқты салаларында термин ретінде қалыптасқан. Тіл білімі саласында да бұл сөз қолданыста бар. Әсіресе тұрақты сөз тіркесінің құрамында көп кездеседі. Мысалы: жер жұту-жоғалу, басын жұту - жою, қан жұту -қайғыру, құса болу. Ал тіл білімінде "жұту" сөзін термин ретінде қарастыру мәселесі - кейінгі жылдардың еншісінде. Әсіресе, қазақ тіл білімінде..

Тіл білімінде "жұту" сөзі термин ретінде психологиялық фактормен байланысты болып келеді. "Адам психикасымен байланыстылығын нақтылай түсетін бірінші құбылыс - сөз жұту, үнсіз қалу (апозиопезис, апосиопезис немесе апозиопеза, апосиопеза; грек тілінен- үнсіздік) немесе басқаша айтқанда аяқталмаған, үзілген сөйлемдер" [1,72 б.]. Жұтылған сөйлемдер негізінен ауызекі сөйлеу және екі кітаби - көркем әдебиет және публицистикалық стильдер тіліне тән бола келе, сөйлеушіні белгілі бір қырынан танытып, әр түрлі эмоциялық әсерлері мен жай-күйлерін білдіреді. Нақтырақ айтсақ, адамның "қорқу"; "толқу"; "өкіну"; "ашулану"; "сенімсіздік" сияқты жай-күйлеріне байланысты сөз

жұтылады. Яғни, сөз жұту құбылысы жеке адамның психикалық жай-күйіне байланысты болмақ. Сөйлеушінің сөйлеу әрекетіндегі сөздерінің жұтылуы түрлі психологиялық жағдаятқа байланысты екенін жоғарыда аталған түрлі сезім мен көңіл-күйдің өзгерісінен пайда болатын психологиялық жай-күйлердің әсерін анықтауға болады. Психикалық жай-күйі ұғымдарын лингвистикалық қырынан сипаттау бүгінгі күнде тіл білімінің өзекті мәселесінің бірі болып отыр.

Сөйлеушінің өз ойын әдейі аяқтамауы немесе үзілуі ерекше бір екпінмен жеткізіледі(көркем шығармада көп нүктемен беріледі). Мысалы:

- "Өзіңді -өзің алдама, Есеней, аярланба!" - деп тұр. Көңілге бір ой кіргелі қылаңдап тұр ма, қалай.[2,26 б.].

Көркем шығарманың тілінде жұтылған сөйлемдер жиі кездесетіндіктен, жоғарыда аталған жай-күйлердің әрқайсысына жекелей тоқталып, мысалмен талдап көрейік.

1."Қорқу" психологиялық жай-күйіне байланысты сөз жұту

Мысалдар:

1. Жарты -ақ шақырым қалды ағашқа... Оқ бойы... Арқан бойы... Құтылды-ау қан жауғыр.... Қой ұмтылмаса болмас....

2. Кімге деп отырмын ғой? - деді Қалампыр екіленіп. Айтқанымен де ұсынысы өтпеуіне көзі жеткен Баймырза еркін билеп алған әйелінен сырын жасыра алмады.

- Токсанбайдыкіне..... - деді ол күмілжіп [3,26 б.].

3. Ол қала жаққа үркек аттай шекесінен қарап қойды.

- Дәуке, осы жақта колхозға қарсы шыққан басмашы бар деуші еді... Өзі былай... Өзі былай... Ұрықары паналайтын жердің түрі екен, - деді ол күмілжіп [4,123 б.].

Қорқынышты сезу - бұл әр адам үшін қалыпты нәрсе. Қорқу эмоциясы кезінде адамның қимыл-қозғалысымен қатар сөйлеу мәнері өзгереді. Қорқу жағдайына байланысты адам өз ойын үзіп, сөзі жұтылып, аяқталмай қалуы мүмкін. Тіпті орнынан қозғала алмай, даусы шықпай қалатын кездері болады. Қорқыныштың жеңіл түрі - тынышсыздану, ауыры - үрейі ұшу. Жоғарыда келтірілген мысалдардан қорқыныш жағдайының екі формасына да байланысты сөз жұтуды байқауға болады.

Алғашқы мысалда адресанттың үрейі ұшуы жағдайына байланысты ойының үзілгенін байқаймыз. Яғни ойы қорқыныштан сан-саққа кеткендіктен, сөзін аяқтау мүмкіндігі болған жоқ. Үшінші мысалдан да адресант сөзінің жұтылуы қорқу жағдайының ауыр формасы - үрейленуге байланысты екенін көреміз. Адресанттың өзі хабардар оқиғадан шын қорқатындығын "өзі былай..." тіркесін қайталай бергендігінен байқауға болады. "Өзі былай..." тіркесі арқылы сөйлеуші қаланың "қауіп-қатерлі" жер екенін аңғартқандай.

Екінші мысалда қорқыныштың жеңіл формасы - күмілжу, тынышсыздану әсері басым. Күйеуінің қайда болғанын анықтау мақсатында анталаған Қалампырдың сұрағына "Токсанбайдыкіне...." деп жауап беруінен Баймырзадан тартыншақтану, күмілжу, үрейлену сияқты эмоцияларды байқамыз. Бұнда адресанттың бойынан сенімсіздік те байқалады. Бірақ әйелінің бәрінен қанық болуы Баймырзаның бойында қорқыныш сезімін тудырғандықтан, сенімсіздікпен жауап берді.

2. Толқу психологиялық жай-күйіне қатысты сөз жұту

Адамның бойында толқыныс қуану және ұялу жағдайына байланысты туындайды.

а) Қуану жағдайына байланысты толқуға мысалдар:

Кош келіп, байдың үйлері үлкен-үлкен жаба салмасын жасап алған кезде, сиырларының тілін салақтатып, сілекейін шұбыртып, бүйірін солықтатып, жүгіріп, сиырларын ұстап, жүгін түсіріп жатқанда Шекерлер де келді. Түтігіп,

Күнікейге:

-Сайтан-ау! Сонша шауып... астындағыны алып қойса қайтесің? Маңдайыңа

басқан атыңнан жаман... -дегенде, Күнікей жайымен жұмыс істеп жатып:

- Ойбай, апа-ай! Ат беретін кісі мендей бола ма? Бүгінгі күні менікі болған жоқ па! - деді.

-Не дейді, ойбай, мына қыз! - деген соң, Күнікей бүгінгі әңгімесін айтып шықты. Шекер түк айта алмады.

- Сен бе? Сен..... -деп тамсанып жымыйды [4,123 б.].

Жоғарыдағы мысал диалогпен берілген. Диалогтың өн бойынан Шекерді "ашулану", "қорқу"

және "қуану" психологиялық жай-күйлерін аңғаруға болады.

Күнікейдің байдың балаларымен бәйге жарыстырғанын естіген Шекердің бойын алдымен ашумен қоса қорқыныш биледі. "Атты тартып алып қойса қайтеді?" деген қорқыныштан ол қызына ашуланды. Кейіпкердің әр түрлі қорқу, ашулану, мазасыздану сияқты психикалық жай-күйлерін "Сонша шауып..." "Маңдайыңа басқан атыңнан жаман..." деген жұтылып, аяқсыз қалған сөздерінен байқауға болады. Кейіпкердің түрлі жай-күйі тұтас бір азат жолда бірнеше мәрте өзгергендігін ары қарай тағы байқаймыз. Қызының бүгінгі күнде басып озып, бәйге алғанын естігенде Шекердің көңіл-күйі бірден өзгерді. Ол қуаныштан айтар "Сен бе? Сен....." деп сөз таба алмауы, қызына тамсанып, оны мақтан тұтуымен байланысты. Адресант "Сен бе? Сен..." сөзінен кейін айтпақ ойын тежеп қалған. Ол "қуану" жағдайына байланысты толқыныс әсерінен дыбыстау мүшелерінің тежелуі себебінен. Алайда бұдан диалогтың мазмұны "зардап шеккен жоқ". Себебі автор адресанттың жұтылған сөзін "тамсанып" етістігімен толықтырып тұр. Яғни Шекердің қуаныш, мақтаныш кернеген сезімін осы етістік айқындап тұрғандай. Шаттанып қуанған Шекер мүмкін "Сен бе? Сен қыздан ол шығады!", "Сен бе? Сен қыз, не болса да осы кедейліктен бізді сен құтқарасың.", "Сен бе? Сенің қолыңнан келеді", "Сен бе? Сен қыздан бұны күтуге болады" деп те айтқысы келген шығар. Оқырман Шекердің жұтылған сөзін өз қалауынша таңдау жасап, аяқтап алуына мүмкіндігі бар...

ә) Ұялу жағдайына байланысты толқуға мысалдар:

1.- Кеше мен сені жақсы көріп кеттім ғой, оны білдің бе? - деді.

-Сүйтгіңіз бе?

-Сүйтгім.... Сен ше?

-Мен бе?.. білмеймін... -деп Күнікей тұқырып, мырс етті [5,123 б.].

2. - А, балақайым, алақайым, шырақайым... Қайдан келесің? - деп басын сипады. Ақбілек не дерін білмей күмілжіп, міңгірлеп қалды.

-Дуана-еке, мен... мен... Мамырбай ақсақалдың... - дей беріп еді [6,65 б.].

3. -Мына төбенің астында. Біздің топты көріп, ошарланып қалды. Сені шақырғалы келе жатсам, неге ұрдың мені?!

- Жау екен деп....

Ұяттан беті қызарған Балуан Шолақ атынан қарғып түсіп, жығылған атқа қараса, соққан қамшы маңдай сүйегін айырып түскен екен [7,214 б.].

4.- Енді одақ алмастырып ойналық, - деді.

- Мен жақсы ойнай алмаймын. Тек... - деп қызарқтады Әбен [3,143 б.].

5.-Е, ән салып келесіңдер ме? Қане айтындаршы - деді Шәмши. Байдың қызы жоқта ыңырысып келе жатқан жаман-жұман қыздар:

- Ойбай- ау... жок... әншейін.... деп құты қашып, дымын қоя қойды [6,48 б.].

Бірінші мысалдағы сөз сұраулы сөйлемдер негізінде жүзеге асқан. Күнікейге Байман өз сезімін білдіріп, қыздың ойын білмекке қарсы сұрақ қояды.

Оқырман Күнікейдің "Мен бе?... білмеймін..." деп іркіп қалуынан алғашқыда сенімсіздіктен бе деп ойлап қалуы мүмкін. Бірақ Күнікейдің ұлттық танымдық тұрғыдан қазақ қызына тән ұялшақтықтығы басым түсіп, "білмеймін..." деп сөзін жұтуын "ұялу" жағдайына байланысты толқудан деп түсінуге болады. Күнікейдің де Байманға деген сезімін "Мен бе?... білмеймін..." дегенінен аңғару қиын емес. Бірақ автор Күнікейдің сөзін айтқызбай, көп нүктемен аяқтаған. Яғни қыздың толқып, ұялуы себебінен сөзі жұтылған.

"Өкіну" психологиялық жай-күйіне қатысты сөз жұту

1.- Қайдан білейін, әлгі балалар болады деген секілді еді.

- Жақсылық жасаған жақсы, әрине. Бірақ заңның да обалы бар емес пе? Заң жарықтықты сыйламай болмайды. Апырай, ә?

- Заңға обал болса...

- Жоқ, жоқ. Бұл арада сіздің ешқандай жазығыңыз жоқ!

- А... Апырай, ә [3,184 б.].

Жоғарыда берілген мысалда ақсақалдың сөзінен мүгедек ағайынына машинаны рұқсатсыз беріп қойғанына өкініп, өз-өзіне ренжігенін байқаймыз. "Заңға обал жасағанына" налып, өкіну әсерінен адресанттың сөзі жұтылған. Одан әрі "А... Апырай, ә..." одағай сөзінің өзі ақсақалдың өкіну жағдайын аңғартып тұр. "Апырай" одағайы үнемі "өкіну", "ренжу", "налу" сияқты психологиялық жай-күйлерді сипаттайды. Сондықтан ақсақалдың сөзі жұтылса да, аталған одағай арқылы айтпақ ойы түсінікті болып тұр.

"Ашулану" психологиялық жай-күйіне қатысты сөз жұту

1.- Опыр-ай.. Опыр-ай... аузын...! - деп келіп Қасен жуан қамшының басын Көксеректің көмекейіге тығып жіберіп, мықтап басып тұрып, жауының тұмсығын жоғары қарай керіп жіберді [8,56 б.].

2. Бұл кезде Бейсембай да қара пышақты Көксеректің өкпесіне салып-салып жіберіп еді.

- Осы... осы.. Осы ит... - десті [8,56 б.].

3. Жеңген адамның айқайына салып, баптап боктағысы келді.

-Мен бар-ау... Сенің бар-ау, әй... іркіт құятын ескі мес сияқты қатыныңның бар-ау.... тап-тап бар-ау... [2,94 б.].

4. -Сен мырзасың... Кәкөй шорт сен мырза... От, мен мырза болсам... Сол ма Иван?... Мен мырза бүкіл қарашұнақты бір уысқа сыйдырар едім... [3,55 б.].

5. - Солай ма? Мен білсемші! Жеңгетайым сырттан бәрін байқап жүр екенсің ғой! - деп, Күнікейдің қолын байырына тартып, жүрегіне басып сипап қояды.

- Әнеугүніден бері жеңешемізге бір келіп амандасуға жарамай, ағаңыздың қадірі барлығы ғой... Кісі көргендей үйіміз де, күйіміз де жоқ, сонда да ... - деп Байманды бір састырды [6,165 б.].

6. Құлтұманың тайталасқанына Шекердікі де ұстап кетті:

- Сенің не білгенің бар? Немене аузыңа келгенді күйсеп отырғаның ... Малға ие жігіт боп... Мал тұрсын, басында билік бар ма?... Сенде түйсік, сенде мынадай сана болса, Күнікейден мал аяр ма едің? Жұрттың басынатыны - сенің қортықтығың ғой... Қысып отыр, аузымды қыздырмай... - деп Құлтұманы біржола орнынан тұрғысыз етті [6,189 б.].

"Ашулану" психологиялық жай-күйге байланысты сөз жұтылу жайлы филология ғылымдарының кандидаты Ж. М. Баймұрынов өзінің "Синтаксистегі үнемдеу құбылыстары" еңбегінде былай дейді: "Ашу психологиялық жай-күйге қатысты айтылыста берілмек мазмұнды тасымалдаушы қатысымдық тұлғалар саны сөз саптау үдерісіндегі әуелгі жоспарға сай бола бермейді. Қатысымдық тұлғалардың сан жағынан бұлайша кеміп қалуы ашулы жағдайда сөйлеген адресанттың хабарды жарыққа шығаруға қатыстатын тиісті сөздерді таңдауда эстетикалық талғамын әлсіретіп алатындығымен түсіндіріледі. Айталық, ашуға құқық берген адамның анайы сөздерді де айтып салатыны, өрескел әрекеттерге де баратыны да бар. Себебі бар: психикадағы кенеттен болған күшті реакция сөйлеу иіліне тән саликалы шешімге мұрша келтірмейді" [9, 148].

Ғалымның айтқан пікіріне сүйене отырып, жоғарыда берілген мысалдарды талдап көрсек.

Бірінші және екінші мысалдарда Қасен де Бейсембай да Көксеректі жек көріп кеткендіктері соншалық, ашуға булығып, айтар сөз таба алмай, анайы сөздер қатарын қолданулары да мүмкін еді.

Ал үшінші сөйлемде адресанттың сөзі не үшін жұтылғандығын автордың өзі айтып өтеді. Адресант анайы сөзді қолданбай, оның орнын "бар-ау..." нақтылау сөзімен толықтырған.

Ғалымдардың пайымдауынша, адамның қатты ашу-ызғаға бөлену жағдайы жоғары жүйке қызметіндегі тежелу процесіне күшті қозу процесінің ерік бермеуі нәтижесінде туындайды. Соның салдарынан ашумен "аңдамай сөйлеп, ауырмай өлмес үшін" адресант сөзін жұтуға мәжбүр болады.

"Сенімсіздік" психологиялық жай-күйіне байланысты сөз жұту

1.-Ұлпанжан бетіне адам қарсы келмей ерке өскен бала еді, кім білсін... [2, 56].

2. - Тәуір емеспін... Тәуір болуды тілемеймін де... Сәлем, сәлем айт?... - деді. Жылап қоя берді.

- Тірі келсе көресің ғой , бірақ мен..

Тығылған жасқа булығып сөзін айта алмады [5,18].

3. -Жай жүрмісің, Жұматай ?

-Жай емес қой... Не қылмақшы ем... нетіп.. - деп бірсыпыраға шейін ойын ашып айта алмай тұрды [5,135].

4. Көзім тартып тұрғаны несі? - деп, бір бұраңдап қойған еді...

- Жай тартады... қуанарсың... қай көзің...?

- Қуанар ем: сол көзім... -деді бітті, кім елесін ондайды? [6,73].

Бірінші мысалда адамның бойындағы сенімсіздік, белгісіздік жай-күйін білдіретін "кім білсін..." тіркесінен адресант бойындағы күмән мен сенімсіздікті аңғаруға болады. Яғни Есеней өзін

Ұлпанның қабылдар-қабылдамасына күмәні барын оқырманға осылай сездіреді.

Ал екінші мысалда ауыр халде жатқан Шұғаның психологиялық жан күйзелісі аңғарылады. Хал үстінде жатып, Әбдірахманды енді қайтіп көретіндігіне сенімсіздік танытып, "бірақ мен.." деп сөзін аяқтамайды. Онысы бірақ мен "тәуір болмаспын, жазылмаспын" дегені екенін оқырман түсініп отыр. Адресант тілінде қолданылып отырған қарысылықты жалғаулық оның бойындағы сенімсіздікті арттыра түседі.

Төртінші мысалда Ақбілектің сұрағына қыздардың "қай көзің..?" деп сенімсіздікпен жауап беруінде бір мән бар. Себебі "Оң көзің тартса - қуанасың, сол көзің тартса - ренжисің" деген ырымға сенуімен байланысты.

Қорыта келгенде, сөз жұту - психоллингвистика заңымен тығыз байланысты. Тілдер табиғатындағы түрлі ерекшеліктерге қарамастан, тілдік деңгейлерде тұтастай танылатын үнемдеу заңдылығы ғалымдардың назарын аударып отырған ірі тілдік құбылыс. Бұл мәселе әлі де тереңдей зерттеуді қажет етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Стилистический энциклопедический словарь /Под. ред. М.Н. Кожиной/- Издательство "Флинта", 2003.- 840 с.
2. Мүсірепов Ғ. Ұлпан: Роман. - Алматы: Атамұра, 2003. - 264 б.
3. Кекілбаев Ә. Он екі томдық шығармалар жинағы. Алматы: Жазушы. Т.4. - 2010. - 385 б.
4. Ахтанов Т. Махаббат мұңы: Таңдамалы шығармалар. - Алматы: раритет, 2005. - 288 б. - "Алтын қор" кітапханасы.
5. Майлин Б. Шұғаның белгісі: Повестер мен әңгімелер. - Алматы: Атамұра, 2003. - 310 б.
6. Аймауытов Ж. Ақбілек: Роман, повестер. - Алматы: Атамұра, 2003. - 280 б.
7. Муканов Б. Балуан Шолақ: Повестер мен әңгімелер. - Алматы: Атамұра, 2002. - 480 б.
8. Әуезов М. Қорғансыздың күні: Әңгімелер мен повестер. - Алматы: Атамұра, 2002. - 432б.
9. Баймұрынов Ж.М. Синтаксистік үнемдеу құбылыстары / (Психоллингвистикалық аспект). Монография. - Қарағанды "Болашақ-Баспа", 2013. - 186 б.

Айтқұл ҚОСЖАНОВ з.ғ.к., профессор, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Академическая к. 9, +77021668632
Тимур ҚОСЖАНОВ ИМ Б.Бейсенов атындағы Заң Академиясының "Жедел іздестіру" кафедрасының оқытушысы, полиция подполковнигі, Ермекова к. 124, +77051384241

ЕВРОАЗИЯЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ОДАҚТАҒЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ МЕМЛЕКЕТТІҢ НАРЫҚТЫҚ ЭКОНОМИКА ҚЫЗМЕТІНІҢ ІСКЕ АСЫРУ ӘДІСТЕРІ

Мақалада авторлар Қазақстан Республикасының құқықтық мемлекетіндегі нарықтық экономика қызметінің іске асыру әдістерін қарастырады.

Түйін сөздер: Нарық, экономика, мемлекет, құқықтық мемлекет, мемлекеттік органдар.

Айтқұл ҚОСЖАНОВ к.ю.н., профессор, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая 9, +77021668632
Тимур ҚОСЖАНОВ старший преподаватель кафедры "Оперативного розыска" Карагандинской академии Министерства внутренних дел Республики Казахстан имени Барымбека Бейсенова, подполковник полиции, ул. Ермекова 124, +77051384241

МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЫНОЧНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ В ПРАВОВОМ ГОСУДАРСТВЕ В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

В статье авторы рассматривают методы осуществления функций рыночной экономики в Республике Казахстан как правовом государстве.

Ключевые слова: Рынок, экономика, государство, правовые государство, государственный орган.

Aitkyl KOSZHANOV PhD, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya st. 9, +77021668632
Timur KOSZHANOV a senior lecturer of the Department "Operational investigation" Karaganda Academies of the Ministry of interior of the Republic of Kazakhstan, Lieutenant colonel of police, +77051384241

METHODS OF IMPLEMENTING MARKET-ECONOMIC FUNCTIONS LEGAL STATE IN THE CONTEXT OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION

In the article authors consider methods of realization functions of market economic in the Republic of Kazakhstan as legal state.

Keywords: Market, economic, state, legal state, state authority

Нарық дегеніміз - сатушылар мен сатып алушылар араларындағы экономикалық қатынастар. Оның негізгі элементтері сұраныс (сұраным), ұсыныс (ұсыным) және баға болып табылады. Нарық және нарықтық қатынастар жағдайында құқық пен мемлекет экономикаға өз ықпалын тигізеді. Бір жағынан алғанда экономиканың даму заңы объективтік заңдылық ретінде болады. Құқық пен мемлекет оларға жанамалай ықпал етеді. Басқа жағынан алғанда осы заңдылықтарды мемлекет құқық нормалары түрінде баянды етеді. Осының өзі арқылы экономикаға шешуші ықпал тигізеді. Экономиканың басым бағыттары мемлекетті тікелей қолдайды, ал мемлекет болса оның басым бағыттарын дамытуға жағдайлар жасап ынталандырады, олардың стратегиялық бағыт-бағдарын айқындап береді. Мемлекеттің қолдаусыз экономика тиісті түрде дами алмайды. Мемлекеттің экономика аясын бақылауы тікелей және жанамалай түрде жүргізіледі.

Тікелей мемлекеттік бақылауға жататындары:

- қаржылық бақылау;

- экологиялық бақылау;
- санитарлық бақылау;
- өрт қауіпсіздігін бақылау;
- ақша бірлігін бақылау;
- өнім сапасын бақылау.

Осы және басқалар да бақылау шаралары құқықтық және ұйымдық түрде жүргізіледі. [1, 126.]. Қазақстан Республикасы тәуелсіздік мемлекет ретінде өз алдына отау тіккелі бергі кезеңде батыстық өркениеттің ерекше белгісі болып табылатын құқықтық мемлекет қалыптастыру ниетінің беріктігін көрсетуде. Қазақстан Республикасының әрекеттегі Конституциясына сәйкес, ондағы "мемлекеттік билік біртұтас, ол Конституция мен заңдар негізінде заң шығарушы, атқарушы және сот тармақтарына бөліну, олардың тежемелік әрі тепе-теңдік жүйесін пайдалану арқылы, өзара іс-қимыл жасау принципіне сәйкес жүзеге асырылады".

Мемлекет органы - мемлекет қызметін жүзеге асыруға көмектесетін, мемлекет механизмінің құрылымдық бөлігі болып табылатын, биліктік өкілеттіліктерін жүзеге асыруы мемлекеттік

мәжбүрлеу күшімен қамтамасыз етілетін мекемелер мен жеке лауазымды тұлғалар.

Мемлекет органының өзіне тән ерекше белгілері болады:

- мемлекеттік органдар мемлекет механизмінің дербес элементі, біртұтас мемлекеттік ағзаның өзіндік арнаулы орнымен сипатталатын ажырағысыз бөлігі;

- мемлекет атынан және оның өкілеттілігімен әрекет етеді;

- мемлекеттік органдар нормативті-құқықтық актілер (конституция, заңдар және заңға бағынышты актілер) негізінде құрылған және әрекет етеді;

- әрбір мемлекеттік орган тек өзіне тән міндеттер мен функцияларды атқарады және сол үшін тиісті нысандар мен әдістерді қолданады (биліктік өкілеттіліктерді иемденген, соның ішінде қажетті жағдайда мемлекеттік мәжбүр ету шараларын қолдану да қарастырылған);

- мақсат ортақтығымен сипатталатын мемлекеттік қызметкерлер мен тиісті құрылымдардан (бөлім, басқарма, аппарат, кеңсе және өзгелерден) тұрады;

- органдардың мақсаты мен міндеттерін жүзеге асыру үшін қажетті материалдық база (құрылым, көлік, ұйымдастырушылық техникалары және т.б.) мен қаржылық құралдар (банктегі есеп шоты, қажетті қаржы қорлары т.б.) берілген;

- мемлекеттік органдар белгілі бір құқықтық мәртебеге ие болады, онда берілген мемлекеттік органның жағдайы және оның нақты әлеуметтік мазмұны көрініс табады;

- мемлекеттік органдардың өзіне тиісті құзіреті болады. Құзірет - ұйымның заңмен бекітілген құқықтары мен міндеттерінің жиынтығы. Ол нақты органға немесе лауазымды тұлғаға мемлекеттік, яки қоғамға маңызды міндеттер мен тиісті қызметтерді тиісті дәрежесінде жүзеге асыру мақсатында беріледі;

- мемлекеттік органдар өз құзіретін үш тәсілмен:

- а) нормативті актілер (жалпы сипаттағы нұсқаулар) қабылдау жолымен;

- ә) құқық қолдану актілерін (жеке сипаттағы нұсқаулар) қабылдау жолымен;

- б) нақты - ұйымдастырушылық әрекеттер жолымен жүзеге асырады;

- мүліктік құқықтарды жүзеге асыру барысында заңды тұлға ретінде көрінеді, яғни өз жауапкершілігі бойынша оған сеніп тапсырылған мүлікпен жауап береді, сондай-ақ өз атынан мүліктік және жеке мүліктік емес құқықтарды иемдене және жүзеге асыра алады, міндеттерді атқарады, сотта талапкер және жауапкер бола алады;

- мемлекеттік органдар белгілі бір аумақта әрекет етеді.

Қазақстан Республикасының құқықтық мемлекетіндегі нарықтық экономика қызметінің іске асыру шарасына, әдістеріне байланысты Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарында жалпы саяси жүйені одан әрі жаңғыртудың, оның ішінде жергілікті өзін-өзі басқаруды дамытудың басымдығы анықталған. Қазақстанда 2020 жылға қарай өкілді биліктің маңызы арта түсетіндігі, үздік халықаралық стандарттарға сәйкес келетін жергілікті өзін-өзі басқару және

азаматтық қоғамның тиімді институттары құрылады деп күтіледі.

Қазіргі уақытта мемлекеттік функцияларды жүзеге асыруда жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қатысуын қамтамасыз ету қажет. Бұл мемлекеттік басқарудың бірқатар мәселелерін жергілікті жерде шешудің барынша орындылығымен түсіндіріледі. Өз кезегінде жергілікті өзін-өзі басқару органдары мен мемлекеттік билік органдары арасындағы осындай өзара қатынастар схемасы басқарудың деңгейлері арасында өкілеттіктерді қайта бөлуге әкеледі, бұл ретте біздің еліміздің біртұтас құрылымын сақтай отырып бұл органдардың өңірлік міндеттерді шешуге бірлесе қатысуын қамтамасыз етеді.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының мәнін айқындаудың маңызды көрсеткіші олардың қызметіне халықтың тікелей қатысу факторы болып табылады.

Жергілікті өзін-өзі басқарудың тиімді жұмыс істеуін және халықтың тыныс-тіршілігін қамтамасыз ету үшін жергілікті өзін-өзі басқарудың жергілікті органдарына материалдық-қаржылық ресурстардың тиісті көлемі біртіндеп берілетін болады.

Бұл елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына және толыққанды азаматтық қоғам қалыптастыруға жаңа серпін береді [2].

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев 2012 жылдың 14 желтоқсанындағы Қазақстан халқына жолдауында "Қазақстан- 2030" Стратегиясының жүзеге асуын қорытындылап, бұл стратегияның біздің мемлекетіміздің қалыптасу кезеңі үшін жасалғанын және оның бүгінгі таңда өзінің арқаулық өлшемі бойынша орындалғанын айтты. Сонымен қатар, еліміздің 2050 жылға дейінгі жаңа саяси бағытының жобасын ұсынып, "Қазақстан-2050" Стратегиясының негізгі бағыттарын талдап берді. Бұл құжатта ел дамуының басым бағыттары белгіленіп, экономикалық саясатты кезеңдік жүзеге асыру жолдары айқындалды. Елбасы "Біздің басты мақсатымыз - 2050 жылға қарай мықты мемлекеттің, дамыған экономиканың және жалпыға ортақ еңбектің негізінде берекелі қоғам құру" деп атап көрсетті.

Президенттің жаңа стратегиясы 2030 Стратегиясы шеңберіндегі реформалардың заңды жалғасы болып табылады және 2050 Стратегиясын жүзеге асыруда да кадрлық саясатқа ерекше көңіл бөлінетін болады. Өйткені, жаңа экономикалық саясат табыстылығының басты шарты - ол кадрлар арқылы нығайтылуы тиіс екендігі Жолдауда айтылды.

Сонымен қатар жаңадан агенттіктер, мемлекеттік комитеттер, әкімшіліктер түріндегі мемлекеттік органдар құрылып, шетелдерде елшіліктер ашыла бастады. Өздерін адал еңбегімен көрсеткен, білімді, мемлекетшіл, талай сыннан өткен азаматтар орталық мемлекеттік органдарды және облыс әкімдіктерін басқарды. Облыстарды басқарған, министр болған, басқа да үлкен лауазымдарда қызмет атқарған тәжірибелі, ел сыйлайтын қайраткерлер жаңадан ашылып жатқан елшіліктердің туын көтерді. Олардың көбісі осы кезге дейін мемлекеттік қызметті жалғастырып, Парламент қабырғасында, мемлекеттік органдарда, қоғамдық ұйымдарда, жоғары оқу орындарында қажырлы еңбек етіп,

жастарға өмір мектебінен алған тәжірибелерін үйретіп, тәлімгер болып жүр.

Мемлекетімізді дүниежүзілік қоғамдастықтың тәуелсіз мемлекет ретінде танығанының арқасында көптеген мемлекеттік қызметшілер шетелдерге шығып, АҚШ, Франция, Германия, Жапония, Сингапур, Малайзия және т.б. мемлекеттерге барып білім алып, олардың мемлекеттік басқару жүйесінің құрылымдарымен танысып, жетекші әлемдік компаниялардың өндірістерін өз көздерімен көріп, үздік тәжірибелерін пайдалануға мүмкіндік алды.

Қазақстандағы мемлекеттік қызмет жүйесінің институттандыру үдерісіне Президенттің 1995 жылғы 26 желтоқсандағы "Мемлекеттік қызмет туралы" заң күші бар Жарлығы негіз болады. Алайда бұл құжат тек өтпелі кезеңдегі ескі қалыптасқан кадр жұмысымен тәуелсіз еліміздің мемлекеттік қызметінің жаңа деңгейге көтерілу алдындағы бастапқы бір сатысы болып табылды және өзінің тиісті рөлін атқарды.

2050 Стратегиясын орындау үшін, әлемнің ең дамыған 30 елінің қатарында болу мақсатында бұл салада да жаңа реформалар, сатылы өзгерістер қажеттігін уақыт көрсетіп отыр. Президенттің 2011 жылы қабылданған Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа үлгісінің тұжырымдамасына сәйкес дайындалып, өткен жылдың аяғында қабылданып, үстіміздегі жылдың 26 наурызында күшіне енген "Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне мемлекеттік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы" Заң негізінен стратегияда қойылған талаптарға жауап береді деп айтуға болады. Жаңа заң мемлекеттік қызметтің кадрлық құрамын қалыптастырудың жұмысы мен оны бағалаудың жаңа механизмдерін енгізу жолымен мемлекеттік аппараттың тиімділігін арттыруға бағытталып отыр. Саяси мемлекеттік қызметшілердің саны сегіз есе қысқарып, олардың тізімге кірмегендері бұдан былай басқа үміткерлермен бірге конкурс арқылы қызметке қабылданатын болды. Сонымен қатар, олардың жауапкершілігі арттырылды. Қарамағында істеп жүрген қызметкер сыбайлас жемқорлық қылмыс жасаған жағдайда оны тағайындаған саяси қызметтегі басшы отставкаға кету туралы өтініш беруі керек. Кейбір бұрынғы саяси лауазымдардың "А" корпусына көшуіне байланысты көптеген талантты жастардың өз бақтарын сынап, басшы қызметке келуіне мүмкіндік туды. Бұл корпустағы қызметкерлер төрт жылдық мерзімге тағайындалып, мемлекеттік қызметтегі тұрақтылық күшейеді. Әкімшілік "Б" корпусына келудің де тәртібі біраз өзгеріп, оған өту үшін қойылатын талаптар да күшейді.

Жалпы кейінгі кездегі мемлекеттік қызметтегі оң өзгерістер оның сапасын жаңа деңгейге көтеріп, мемлекеттік қызметші жоғары атағына ие барлық кадрлар Елбасының Жолдауында қойған талаптарын мерзімінен бұрын орындауға өз үлестерін қосады деп сенеміз [3, 1-2б.].

Сарапшылардың пайымынша, Қазақстанның мемлекеттік қызмет үлгісі әлемдегі ең озық 30 мемлекеттік қызмет үлгісіне жақындады.

Халықаралық сарапшылардың жоғары бағасын алған Қазақстандағы мемлекеттік қызмет моделі өз деңгейінде қалыптасты.

"Ал қазіргі қолданысқа енгелі тұрған жаңа өзгерістермен қазақстандық мемлекеттік қызмет үлгісі әлемдегі ең озық 30 мемлекеттік қызмет үлгісіне жақындап отыр. Бұны сол 30 елдің өкілдерінен тұратын Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымының сарапшылары да мойындап отыр. Осыны ескере келе, бір жыл бұрын Елбасы Н. Назарбаев Астанада Мемлекеттік қызмет саласындағы озық үлгіні тарататын БҰҰ мен Мемлекеттік қызмет істері агенттігінің Өңірлік хаб құру туралы бастамасын қолдаған еді", - дейді ҚР Мемлекеттік қызмет істері агенттігінің төрағасы Әлихан Бәйменов. Оның айтуынша, жалпы бүгінгі күннің өзінде мемлекеттік қызмет саласының қазақстандық үлгісі аймақтағы зор қызығушылыққа ие.

Дегенмен, мемлекеттік қызмет саласы ұдайы жақсартып, жаңа сынақтарға қатысты сапасын арттырып отыруды талап ететін сала. Сондықтан да, Мемлекет басшысы былтырғы Жолдауында мемлекеттік қызметті кадрлық құрамын іріктеу және кәсіби даярлықтың жетілдірілген әдістемелерін енгізу арқылы сапалы түрде жақсарту керектігін айтқан еді. Өзінің Жолдауында Елбасы Н. Назарбаев: "Ең алдымен мемлекеттік аппарат реформаланатын болады. Мен мемлекеттік қызметтің жаңа жүйесі туралы Заңға қол қойдым. Ол сыбайлас жемқорлыққа қарсы шараларды күшейтуді, мемлекеттік қызметшілерді іріктеуде ашықтықты арттыруды, меритократия қағидаларын енгізуді, яғни жақсы кадрларды ілгерілетуді қамтамасыз етеді", - деген болатын. Ел Президенті қол қойған сол "Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызмет мәселелері бойынша кейбір заңнамалық актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы" Қазақстан Республикасының Заңы бүгін өз күшіне еніп отыр [4, 63 б.].

Күшіне енген жаңа заң негізгі төрт басымдыққа негізделеді. Бұлар - біріншіден, кадрларды іріктеу мен жоғарылатуда меритократия қағидасын күшейту. Екінші - "А" басқарушылық корпусын құру. Үшінші - кадрларды басқару тетіктерін жетілдіру және кадр қызметінің мәртебесін арттыру. Сонымен қатар, тәртіптік этикалық бақылауды күшейте отырып, корпоративтік мәдениетті дамыту. Бұдан бөлек, заң аясында бүгінгі күнге дейін Мемлекет басшысының 8 жарлығы, уәкілетті органның 4 нормативті бұйрығы қабылданған. Сол құжаттар негізінде мемлекеттік қызметшілердің лауазымдарының жаңа тізілімі бекітілген болатын. Есте болса, Елбасы Н. Назарбаев саяси мемлекеттік қызметшілердің санын 8 есеге қысқарту туралы тапсырма берген еді. Осыған сай, 430-ға жуық саяси лауазым қалдырылды, бұған дейін ондай лауазым 3 мың 200-ден астам болатын.

Ал агенттік төрағасының сөзіне қарағанда, аталмыш тізіліммен "А" басқарушы корпусының құрамы да бекітіліп отыр. Оның ең жоғары деңгейіне Жауапты хатшылар, аппарат жетекшілері, Үкімет кеңсесінің, Мәжіліс пен Сенат аппаратының бөлім меңгерушілері, Президент Әкімшілігінің сектор меңгерушілері енеді. Бұдан бөлек, "А" басқарушылар

лауазымына аймақтардан барлық аудан, қала әкімдері, өңірлердегі тексеру комиссияларының мүшелері кіреді. "А" басқарушылық корпусына арнайы біліктілік талаптары да бекітілген. Бұл біліміне, еңбек өтіліне, лауазымына байланысты қосымша талаптар болып табылады. Сөйтіп, бұдан былай мемлекеттік қызметші лауазымдық сатымен кезек-кезеңмен, билік иерархиясының бір сатысынан келесісіне өзінің машығын жетілдіре және кәсіби деңгейін арттыра отырып көтерілетін болады. Белгіленген көрсеткіштерді асыра орындағандар мен өзінің тиімділігін көрсеткендерге және жоғары нәтижеге қол жеткізгендерге ғана ерекшелік жасалатыны қарастырылады. Бұл Мемлекет басшысы жүктеген міндеттердің бірі болып табылады.

"Сонымен қатар, Ұлттық комиссия жөнінде жарлық қабылданып, "А" корпусына қабылдау, іріктеу ережелері бекітілді. Сол үшін бүгіннен бастап "А" корпусының лауазымын алам деген азаматтар Ұлттық комиссия жасақтайтын резервтерге енуі шарт. Бұл барлық азаматтарға тең, яғни бүгінгі күні сол лауазымды атқарып жатқандар да, сырттан қатысуға ниеттілер де теңдей қабылданады. Ал бүгінгі жұмыс жасап отырған азаматтар өздерін тағайындаған тұлғалармен еңбек шартына отырады. Еңбек шартының ең ұзақ мерзімі жарты жыл.

Тоқтала кететін жайт, Елбасының тапсырмасымен әзірленген "Жауапты хатшылар туралы" жарлық та күшіне енеді. Ал мемлекеттік органдардағы Жауапты хатшыларды Елбасы тағайындайтыны белгілі. "Соған сәйкес, Жауапты хатшы лауазымы "А" корпусына ауыстырылады. Осы лауазымға Мемлекет басшысы тағайындау жасайтындықтан, бұл лауазымдармен еңбек келісімшартын жасасу құқығы Президент Әкімшілігінің Басшысына берілген. Қазіргі таңда барлық Жауапты хатшылармен келісімшарт жасалынған. Ал Жарлыққа сәйкес, мемлекеттік органдардағы қазіргі қызметтегі Жауапты хатшылар да, осы лауазымға үміткер тұлғалар да 6 ай ішінде "А" корпусының кадрлық резервіне өтуі шарт. Ал осы резервшілер пулы қалыптасқан соң, олардың арасынан Президент Әкімшілігі кандидаттарды іріктеп, Мемлекет басшысының қарауына ұсынатын болады. Бұл тәртіп "А" корпусына кіретін санаттың бәріне жүреді [5, 51б.].

Түйіндей айтсақ, мемлекеттік қызмет саласындағы реформаның ендігі үлгісі мерократия қағидасын дамыту, мемлекеттік қызметті осы жүйеге икемдеу болып табылады. "Ең алдымен мемлекеттік қызметте еңбегін бағалап, білімі мен білігіне қарап өсіру жүйесі, яғни меритократия жүйесі жастарға дұрыс бағыт-бағдар беруі тиіс. Осы жүйені дұрыс жолға қойсақ, кадрларды іріктеу саласында тамыр-таныстықты жойсақ, білім-білігіне қарап іріктейтін басымдық қалыптасса, онда жастардың өзі мемлекеттік қызметке кіріскенде, одан әрі жоғарылағанда өз білімі мен еңбегіне сүйенетін болады. Сосын ең төменгі лауазымға қойылатын талаптар ішінде еңбек өтіліне талаптар жұмсартылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Жоламан Қ.Д. Мемлекет және құқық теориясы. -Алматы, Оқулық: "Нұр-пресс". 2005,85б.
2. Қазақстан Республикасы Президентінің 2009 жылғы 24 тамыздағы № 858 Жарлығымен бекітілген "Қазақстан Республикасының 2010 жылдан 2020 жылға дейінгі кезеңге арналған Құқықтық саясат тұжырымдамасы"
3. "Қазақстан-2050" Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. Қазақстан Республикасының Президенті - елбасы Н.Ә. Назарбаевтың халқына Жолдауы, Астана қ., 2012 жылғы 14 желтоқсан.
4. Қожабергенов Ж.Ш. Мемлекет және құқық теориясы. -Алматы, 2012, 63б.
5. Булгакова Д.А. Мемлекет және құқық теориясы. Оқу құралы. -Алматы, 2011, 51б.

УДК: 339.118.62

Наталья ПАРАСОЦКАЯ, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 125993, Россия, г. Москва, Ленинградский проспект, 49, natalia.parasotskaya@gmail.com, +7 495 517 36 48

ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Данная статья рассматривает широкий круг вопросов, связанных с правовыми вопросами лизинговых операций. Особое внимание уделяется проблемам и перспективам правового регулирования лизинговых операций.

Ключевые слова: лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, лизинговые платежи.

Наталья ПАРАСОЦКАЯ, экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, Ресей Федерациясы үкіметі жанындағы қаржы университеті, 125993, Ресей, Мәскеу қ, Ленинград даңғылының, 49 үй, natalia.parasotskaya@gmail.com, +7 495 517 36 48

ЛИЗИНГТІК ОПЕРАЦИЯЛАР: ҚҰҚЫҚТЫ РЕТТЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Аталған мақала лизингтік операциялардың құқықтық сұрақтармен байланысты кең ауқым сұрақтың қарастырады. Лизингтік операцияларына құқықты реттеу проблемаларына және перспективаларына ерекше көңіл бөлуін білдіреді.

Түйінді сөздер: лизинг, лизинг-беруші, лизинг-алушы, лизинг-төлеуші.

Natalia PARASOTSKAYA, PhD, Associate Professor, Finance University under the Government of the Russian Federation, 125993, Russia, Moscow, Leningrad Prospect, 49, natalia.parasotskaya@gmail.com, +7 495 517 36 48

LEASING OPERATIONS: PROBLEMS AND PROSPECTS OF LEGAL REGULATION

This article examines a range of issues related to the legal issues of leasing operations. Particular attention is paid to the problems and prospects of legal regulation of leasing operations.

Keywords: lease, the lessor, the lessee, the lease payments.

В России, по сравнению с развитыми странами (США, Великобритания, Франция, Япония), лизинговая деятельность является сравнительно новой. Само развитие как таковое и государственная поддержка малого бизнеса означают развитие, как самой лизинговой деятельности, так и стабильного законодательства, контролирующего такие отношения.

Всего есть около 800 нормативных документов, где можно встретить упоминание о лизинге, что конечно ведет за собой несоответствие и различие в правовом понимании лизинговых операций. Сравнительный анализ показателей отчетности в части лизинга по РСБУ и МСФО представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительный анализ показателей отчетности в части лизинга по РСБУ и МСФО

РСБУ (лизингодатель)	МСФО (лизингодатель)
БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС	БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
Основные средства (Первоначальная стоимость минус амортизация)	Чистые инвестиции в лизинг (Валовые инвестиции – незаработанный доход)
Доходные вложения в материальные ценности	
Дебиторская задолженность лизин-гополучателя (просроченные платежи)	
Кредиторская задолженность лизин-гополучателю (незначтенные авансы)	
Отчеты о прибылях и убытках	Отчеты о прибылях и убытках
Выручка (в сумме лизинговых платежей) -Амортизация	Финансовый доход от лизинга

Стоит отметить, что существуют неоднозначные толкования и неточности между различными ФЗ "О Финансовой аренде (лизинге)" и ФЗ "Об инвестиционной деятельности".

Самым первым нормативным документом, толкующим и контролирующим лизинг, был указ Президента РФ №1929 от 1994г "О развитии финансового лизинга в инвестиционной деятельности", который уже утратил силу. Данный указ, по сути, не содержал прямых норм, а содержал комплекс поручений суть его заключалась в ряде поручений Правительству РФ. Более того эти поручения дали толчок к появлению и развитию нормативной базы лизинговых операций. Данный указ уже давно утратил силу, но в нем впервые давалось определение лизинга как "вида предпринимательской деятельности, направленного на инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств в имущество, которое передается физическим или юридическим лицам на основании договора"².

Другой нормативный акт оказал большее влияние на зарождающуюся лизинговую деятельность - Постановление Правительства РФ от 29.06.1995 г. № 633 "О развитии лизинга в инвестиционной деятельности", которое утвердило Временное положение о лизинге (с последними изменениями от 23 апреля 1996 г.).

Временное положение, хотя и уже тоже давно утратило силу, но было одним из первых нормативных документов, подробно регламентировавших лизинговые операции. Положение давало более широкое понятие лизинга и впервые использовало понятие "финансовой аренды" по аналогии с международной практикой, что создавало некоторые расхождения с Постановлением Правительства № 633 от 29.06.1995 г. Исходя из положения, лизинг понимался как "тип предпринимательской деятельности, ориентированной на инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств, когда по договору финансовой аренды (лизинга) арендодатель (лизингодатель) обязан приобрести в собственность оговоренное договором лизинговое имущество у оговоренного продавца и передать это имущество арендатору (лизингополучателю) за плату для предпринимательских целей во временное пользование"³. Во Временном положении были определены объекты и субъекты лизинга. Объекты лизинга были ограничены только тем имуществом, которое относилось к основным средствам, и должно было использоваться лизингополучателем только для предпринимательских целей. Также были предусмотрены обязательные условия договора лизинга. Во Временном положении в целом были указаны все основные права и обязанности сторон, а также порядок выплаты лизинговых платежей.

С 1996 г. вступала в силу часть первая ГК РФ глава 34, где "Финансовая аренда (лизинг)" посвящен

целый параграф [1]. Лизингу, которому в ГК РФ дано название названием "финансовая аренда", отведено 6 статей. Однако, в основном, здесь фигурируют лишь специальные нормы, объясняющие характеристики лизинга как аренды.

ГК РФ не раскрывает понятие и определение лизинга, дается только содержание договора финансовой аренды, где говорится, что по договору финансового лизинга лизинговая компания должна приобрести в собственность оговоренное лизингодателем имущество у указанного им поставщика и передать лизингодателю лизинговое имущество во временное пользование или владение, за плату, для предпринимательских целей. Предметом договора финансовой аренды (лизинга) могут быть в соответствии с ГК РФ любые непотребляемые вещи, используемые для предпринимательской деятельности, кроме земельных участков и других природных объектов.

В области регулирования ГК РФ находятся некоторые правоотношения, об обязанности лизингодателя заключить договор купли-продажи. Так, лизингодатель обязан поставить в известность продавца о назначении приобретения имущества, контролируются ответственность арендодателя, о предмете лизинга и продавце. В ГК РФ регулируются вопросы о месте, сроках, рисках связанных с предметом договора и лиц имеющих право на вынесение претензий продавцу.

В общем, то что представлено в ГК РФ, несомненно, мало для регулирования таких специфических отношений. Мнение ГК РФ сходится в том, что лизинг не сильно отличается от аренды, чем, к примеру, прокат транспортных средств, даже этой статье уделяется сравнительно больше внимания. Также стоит отметить Временное положение о лизинге, которое хоть и имело много норм, регулирующих лизинговые операции, но все же вступила в противоречие с положениями ГК РФ, что, в конечном счете, выявило необходимость в отдельном законопроекте о лизинге [1].

Одним из приоритетных и важнейших источников нормативно-правового регулирования лизинговых сделок является Федеральный закон "О финансовой аренде (лизинге)" [2]. Можно выделить некоторые проблемы правового регулирования:

1. Существует мнение о трехсторонней форме лизинга, что является не совсем правильным, так как лизинговый договор в таком случае теряет ясную структуру и мало опирается на действующее законодательство. Также это потребовало бы включение дополнительных положений по регулированию, несмотря на то, что могут быть и технические сложности регулирования по такому договору. Согласно ГК РФ лизинговое обязательство не становится трехсторонним, так же как и обязательство по поставке предмета лизинга, однако они существенно изменяются. В договоре купли-продажи, поставке образуется множество субъектов

² Указ Президента РФ от 1994г под № 1929 "О развитии финансового лизинга в инвестиционной деятельности" (утратил силу)

³ Постановление Правительства РФ от 29.06.95г N 633 "О развитии лизинга в инвестиционной деятельности" (вместе со "Временным положением о лизинге") (утратил силу)

со стороны покупателя, представленные в виде лизингополучателя и лизингодателя, имеющие схожие права по выставлению претензий продавцу.

Правильнее было бы считать, что лизинговый договор двусторонний договор. Правоотношения между лизингодателем и лизингополучателем, с одной стороны, и лизингодателем и продавцом лизингового имущества, с другой, урегулированы в классических двусторонних договорах. У участников этих договоров нет прав и обязанностей, которые принадлежали бы каждому из них одновременно, что и описывает многостороннюю сделку.

2. Существенные условия договора финансовой аренды.

Ясно, что при отсутствии существенных условий договор нельзя считать незаключенным. Так ГК РФ регулируются существенные условия некоторых договоров, но в ситуации с лизингом сложно говорить о таком

Можно привести мнение в соответствии со ст.1 Конвенции УНИДРУА, которая приводит такие существенные условия договора лизинга: а) письменная форма, а также, если необходимо и его государственная регистрация; б) условие о поставщике лизингового имущества; в) условие о лизинговом имуществе; г) условие о предпринимательской цели использования лизингового имущества и срок лизинга; д) условия, которые названы федеральным законом о лизинге или иными нормативными документами, в качестве существенных для договоров данного вида, а также относительно тех условий, заявленных какой-либо стороной, может быть достигнута договоренность [3].

Однако стоит отметить такие существенные условия договора финансовой аренды, при которых договор финансовой аренды точно не будет считаться заключенным - это условия о предмете и продавце предмета лизинга.

Так как вышеперечисленные существенные условия (кроме условия о предмете лизинга) относятся лишь к условиям, характеризующим требования договора лизинга, отсутствие их непосредственно в самом договоре будет означать лишь то, что был заключен договор аренды, а не лизинговый договор. Данный договор оставаться незаключенным не будет. На практике суды признают такой договор - типовым договором аренды, с дальнейшей продажей имущества.

3. Негативно сказываются на развитии лизинговых операций недочеты ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)". К примеру, можно проанализировать утверждение, согласно которой поставщик (продавец) вправе одновременно выполнять роль лизингополучателя в пределах единичного лизингового правоотношения. Со стороны права эта правовая норма отличается рядом недочетов, к примеру, юридически неправильна "в пределах одного лизингового правоотношения", так как лизинговое правоотношение - это многогранное, комплексное правоотношение, которое может включать и другие правоотношения, такие как договор купли-продажи, оказания услуг, договоры лизинга. Кроме того такое утверждение несколько

противоречит положениям ст. 670 ГК РФ об ответственности продавца по договору лизинга. Исходя из ГК РФ, по отношению к поставщику имущества лизингополучатель и лизингодатель являются солидарными кредиторами, что означает то, что лизингодатель и лизингополучатель имеют одинаковые права на предъявление солидарных требований к поставщику. Также нельзя привлечь лизингополучателя или продавца в одном лице к ответственности из-за невыполнения условий договора купли-продажи. Кроме того, при проведении лизинговых операций, лизингополучатель (или поставщик в договоре купли-продажи) имеет право предъявить лизингодателю (получателю имущества по договору купли-продажи) претензии к качеству и срокам обязательства передать имущество, прописанные в договоре купли-продажи. Но при выполнении условий договора купли-продажи при указании о передаче третьим лицам, лизингополучатель и продавец лизингового имущества выступают как одно лицо. Исходя из ГК РФ, такая сделка прекращается из-за совпадения в одном лице кредитора и должника. Обычно такая завуалированная схема не поддается критике.

Также среди проблем можно выделить вопросы по инспектированию и финансовому контролю. К примеру, ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)" (гл. 5) установлено право лизингодателя и указана обязанность лизингополучателя в области финансового контроля и инспектирования. Так, к примеру, указывается, что лизингодатель вправе требовать от лизингополучателя в письменной форме требования о предоставлении информации, которая нужна для осуществления такого контроля, но а лизингополучателю остается только снабжать лизингодателя такой информацией. Надо заметить, что Закон не регламентирует требования в отношении времени и форм удовлетворения таких запросов. Понятно, что такого рода вопросы должны фигурировать в договоре лизинга во избежание проблем лизингодателя в осуществлении своего права по предоставлению.

Все вышеперечисленные недоработки и недочеты законодательства в реальной жизни способны привести к спорам и разной трактовке. Знание всех тонкостей и деталей законодательства даст возможность избежать недобросовестных действий партнеров, а также склонить действие противоречивых нормативных положений в свою пользу [4].

Среди перспектив развития лизинга можно выделить следующие:

1. Введение в ФЗ "О лизинге" понятия оперативного лизинга. Раньше в российском законодательстве была проведена черта между финансовым и оперативным лизингом, в настоящий момент она отсутствует. В российском законодательстве оперативный лизинг представляется в качестве аренды.

2. Поощрить законодательно лизинговые компании к наращиванию собственного капитала (например, освободив сумму прибыли на увеличение уставного капитала от налогообложения,

а в перспективе введение правил, регулирующих достаточность капитала) [5].

3. Законодательное решение проблем, связанных с выкупной стоимостью имущества. Лизингодатель включая в лизинговые платежи по договору определенную выкупную сумму подвержены риску того рискуют в случае расторжения договора и возврата лизингового имущества запрос о возврате уплаченной доли выкупной стоимости лизингового имущества. В то же время лизингополучатель отражая в составе расходов лизинговые платежи (куда уже была включена выкупная стоимость) вступает в противоречие с налоговыми органами о том, что расходы по амортизируемому имуществу не учитываются в составе расходов в целях налогообложения прибыли [6].

4. Дать возможность лизингодателю переводить предмет лизингового договора от одного лизингополучателя к другому лизингополучателю при прерывании договора финансового лизинга.

Готовящийся проект Министерства экономического развития (МЭР) об упрощении возврата предмета лизинга лизингодателю, например в случаях нарушения лизингополучателем условий договора финансового лизинга. Предполагается, что

для возврата предмета лизинга лизингодателю потребуется только соответствующая отметка нотариуса о возврате (исполнительная подпись). Также в проектах МЭР есть идеи об узаконивании финансового лизинга для физических лиц [7].

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РФ
2. Постановления ФАС Центрального округа от 28 марта 2006 г. по делу № А48-1151/05-1, абз. 4, п.1, ст.4 ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)"
3. Гориславец Н. И. "Лизинговые операции: учет у лизингодателя и лизингополучателя", главный бухгалтер ООО "Риттер-Джентельмен", журнал "Финансовая газета"
4. Канцер Ю. А. Лизинг: проблемы правового регулирования // Общество: политика, экономика, право, № 1, 2011 г.
5. Костенко Е.А. Учет финансового лизинга: международная и российская практика // Бухгалтерский учет, № 8, август 2011 г.
6. Костенко Е.А. Раскрытие информации в бухгалтерской отчетности лизинговых компаний // Бухгалтерский учет, № 9, август 2011 г.
7. Львов Н. Лучшее может стать врагом хорошего // электронный журнал "РБК-daily"

Евгений ПЕНЧУКОВ, старший научный сотрудник центра по проблемам исследования и мониторинга законодательства, регламентирующего деятельность органов внутренних дел, НИИ Карагандинской академии МВД Республики Казахстан им. Б. Бейсенова, кандидат юридических наук, майор полиции.

Евгения ЕСПЕРГЕНОВА, научный сотрудник центра по проблемам исследования и мониторинга законодательства, регламентирующего деятельность органов внутренних дел, НИИ Карагандинской академии МВД Республики Казахстан им. Б. Бейсенова, капитан полиции.

ПОНЯТИЕ ЭКСТРЕМИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И ЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ

В статье проведен научно-правовой анализ понятия "экстремизм" по действующему законодательству Республики Казахстан. Выявлены концептуальные недостатки законодательного определения экстремизма. С использованием общенаучного дедуктивного метода познания, путем логических посылок установлены родовые признаки экстремизма, дано его авторское определение.

Ключевые слова: экстремизм, понятие экстремизма, определение экстремизма, законодательство, противодействие экстремизму, признаки экстремизма, виды экстремизма, формы экстремизма, конституционный строй, национальная безопасность.

Евгений ПЕНЧУКОВ, Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігі Б. Бейсенов атындағы Қарағанды академиясының ФЗИ ПО қызметін реттейтін заңнаманы зерттеу және мониторингтеу мәселелері бойынша орталықтың аға ғылыми қызметкер, заң ғалымдарының кандидат, полиция майоры.

Евгения ЕСПЕРГЕНОВА, Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігі Б. Бейсенов атындағы Қарағанды академиясының ФЗИ ПО қызметін реттейтін заңнаманы зерттеу және мониторингтеу мәселелері бойынша орталықтың ғылыми қызметкер, полиция капитаны.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСТРЕМИЗМНІҢ ҰҒЫМЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЗАҢ ШЫҒАРУШЫ ОРНЫҚТЫРУЫ

Берілген мақалада Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңнамасы бойынша "экстремизм" түсінігіне ғылыми-құқықтық талдау жүргізілген. Экстремизм түсінігіне берілген заңнамалық анықтамасының концептуалдық кемшіліктері анықталды. Ғылыми әдістерді қолдана отырып автормен экстремизмнің тектік белгілері анықталды.

Түйінді сөздер: экстремизмнің экстремизм, ұғымы, экстремизмнің ұйғарымы, заңнама, экстремизмге қарсы іс-қимыл, экстремизмнің белгілері, экстремизм, экстремизмнің пішінінің түрлері, конституциялық құрылым, ұлттық қауіпсіздік.

Eugeny PENCHUKOV, senior researcher Center for research and monitoring of legislation regulating the activities of internal affairs agencies, research institutes Karaganda Academy of the Ministry of Interior of the Republic of Kazakhstan to them. B.Beisenova, PhD, police major.

Evgenia ESPERGENOVA, Researcher Center for research and monitoring of legislation regulating the activities of internal affairs agencies, research institutes Karaganda Academy of the Ministry of Interior of the Republic of Kazakhstan to them. B.Beisenova, police captain.

DEFINITION OF EXTREMISM IN KAZAKHSTAN REPUBLIC AND ITS LEGISLATIVE CONSOLIDATION

In this article the scientific and legal analysis of the concept of "extremism" in the current legislation of the Republic of Kazakhstan. Conceptual weaknesses identified legislative definition of extremism. With the use of a general scientific deductive method of knowledge by logical assumptions established generic signs of extremism, given its author's definition.

Keywords: extremism, the concept of extremism, the definition of extremism legislation combating extremism, signs of extremism, extremist views, forms of extremism, the constitutional order, national security.

В Послании Президента Республики Казахстан - Лидера Нации Народу Казахстана "Стратегия "Казахстан-2050": новый политический курс состоявшегося государства" в числе приоритетных задач определено противодействие всем формам и проявлениям радикализма, экстремизма и терроризма.

На современном этапе процессы глобализации и рост конфликтного потенциала в мире оказали существенное влияние на состояние международной и национальной безопасности. Угроза экстремизма, прежде всего на религиозной основе, приобрела глобальный характер, повышая зависимость уровня защищенности национальных интересов каждого государства от состояния международной безопасности. В этих условиях система противодействия экстремизму требует совершенствования для эффективного устранения условий (факторов), способствующих распространению радикальных идеологий, пресечения экстремистских и террористических проявлений.

Казахстан в силу своего геополитического положения, обусловленного изменениями внешнеполитической ситуации, в том числе нестабильности в географически близких к центрально-азиатскому региону странах Ближнего и Среднего Востока, оказался на одном из основных направлений борьбы с международным экстремизмом и терроризмом. Казахстан является участником всех основополагающих международных универсальных актов в области борьбы с экстремизмом и терроризмом. Разработана соответствующая система мер обеспечения безопасности общества от подобного рода угроз, последовательно подтверждающая свою эффективность, реализуется государственная политика, обеспечивающая межконфессиональное и межэтническое согласие.

Главой государства 18 апреля 2013 года утверждена Концепция развития Ассамблеи народа Казахстана (до 2020 года), которая, в числе других, содержит мероприятия, направленные на совершенствование казахстанской модели межэтнической толерантности и общественного согласия [1].

Проведена значительная работа по созданию и совершенствованию законодательной и организационной базы для выявления и пресечения предпосылок экстремизма. Принят закон Республики Казахстан "О противодействии экстремизму" от 18 февраля 2005 года, в котором установлены правовые основы профилактики и противодействия экстремизму, определены основной понятийный аппарат и компетенция государственных органов в данном направлении, а также основные принципы обеспечения защиты прав и свобод граждан в этой сфере. Развивается научно-методологическое обеспечение деятельности государственных органов по противодействию экстремизму.

В этой связи считаем необходимым обратить внимание на понятие экстремизма, его правильную интерпретацию в социально-правовом и социально-политическом сознании казахстанского общества.

Термин "экстремизм" является относительно новым в отечественной юриспруденции. Впервые он получил нормативное закрепление с принятием Закона Республики Казахстан от 18 февраля 2005 года "О противодействии экстремизму". Впоследствии, Законом Республики Казахстан № 67-III от 08 июля 2005 года "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам обеспечения национальной безопасности" в примечание к статье 41 Уголовного кодекса законодатель закрепил перечень статей, предусматривающих ответственность за преступления, содержащие признаки экстремизма.

Анализ статьи 1 Закона "О противодействии экстремизму" показал, что определение экстремизма заключается в перечислении действий, его образующих, а точнее - в определении форм и видов экстремистской деятельности.

Так, в соответствии с пунктом 5 статьи 1 настоящего Закона экстремизмом признается:

- во-первых, организация и (или) совершение физическим и (или) юридическим лицом, объединением физических и (или) юридических лиц действий от имени организаций, признанных в установленном порядке экстремистскими;

- во-вторых, организация и (или) совершение физическим и (или) юридическим лицом, объединением физических и (или) юридических лиц действий, преследующих следующие экстремистские цели:

- насильственное изменение конституционного строя, нарушение суверенитета Республики Казахстан, целостности, неприкосновенности и неотчуждаемости ее территории, подрыв национальной безопасности и обороноспособности государства, насильственный захват власти или насильственное удержание власти, создание, руководство и участие в незаконном военизированном формировании, организация вооруженного мятежа и участие в нем, разжигание социальной, сословной розни (политический экстремизм);

- разжигание расовой, национальной и родовой розни, в том числе связанной с насилием или призывами к насилию (национальный экстремизм);

- разжигание религиозной вражды или розни, в том числе связанной с насилием или призывами к насилию, а также применение любой религиозной практики, вызывающей угрозу безопасности, жизни, здоровью, нравственности или правам и свободам граждан (религиозный экстремизм).

Результаты проведенного исследования указывают о наличии в определении понятия экстремизма двух основных недостатков.

Во-первых, ввиду такого опосредованного определения через формы и виды экстремистской деятельности значительно усложняется его общее восприятие, в связи с чем, повышается вероятность недостоверного, ошибочного, неполного понимания сущности экстремизма среди населения, на которое, прежде всего, и ориентирован закон.

Во-вторых, такая сложная законодательная трактовка понятия создает определенные препятствия в правоприменительной и, прежде всего, в

нормотворческой практике ввиду отсутствия единства взглядов и единообразного толкования понятия "экстремизм" среди юристов.

Суть проблемы, на наш взгляд, кроется в отсутствии общего понятия экстремизма. С точки зрения дедуктивного метода познания, который положен в основу правовой науки, существующая трактовка экстремизма характеризует именно частные его виды и формы, в то время как первоначальным должно быть его общее (родовое) понятие.

Таким образом, считаем целесообразным закрепить общее определение экстремизма в Законе Республики Казахстан от 18 февраля 2005 года "О противодействии экстремизму", а содержание пункта 5 статьи 1 настоящего Закона определять как формы и виды экстремистской деятельности.

Так, общее понятие экстремизма определено в Шанхайской конвенции о борьбе с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом от 15 июня 2001 года. Согласно данной конвенции под экстремизмом понимается какое-либо деяние, направленное на насильственный захват власти или насильственное удержание власти, а также на насильственное изменение конституционного строя государства, а равно насильственное посягательство на общественную безопасность, в том числе организация в вышеуказанных целях незаконных вооруженных формирований или участие в них, и преследуемые в уголовном порядке в соответствии с национальным законодательством Сторон.

Однако, несмотря на то, что указанная Конвенция ратифицирована Республикой Казахстан, переносить закрепленное в ней понятие экстремизма в национальное законодательство Казахстана считаем неприемлемым. Настоящее конвенционное определение не имеет самостоятельного юридического значения, так как все его признаки представляют собой перечисление лишь некоторых составов экстремистских преступлений, уже закрепленных в уголовном законодательстве Республики Казахстан.

Понятие "экстремизм" является родовым, институциональным, в связи с чем должно раскрывать саму суть этого негативного социально-правового явления, содержать его общие признаки, а не простое перечисление форм и видов экстремистской деятельности. Определение экстремизма как родового понятия позволит закрепить его общие, неизменные признаки, выделяющие любые экстремистские проявления из числа иных. В свою очередь, формы и виды экстремистской деятельности являются производными правовыми категориями, имеют непостоянный характер (будут корректироваться по мере развития общественных отношений).

Полагаем, что в законодательном определении экстремизма необходимо выделить следующие признаки:

- противоправность;
- общественную опасность;
- посягательство на основы конституционного строя и национальной безопасности;
- мотивы дискриминации, сепарации и (или) радикализации.

Признак противоправности является общеправовым признаком, свойственным любому

правонарушению, означающим совершение определенных действий (бездействия) либо осуществление определенной деятельности, запрещенных законом либо противоречащих ему.

Признак общественной опасности характеризует исключительно уголовно наказуемые деяния как наиболее опасные посягательства на важнейшие ценности общества и государства.

В этой связи любые проявления экстремизма должны признаваться преступлениями (уголовными правонарушениями) и наказываться в уголовном порядке.

При этом возникает вопрос о возможности признания юридических лиц субъектами экстремизма. По действующему уголовному законодательству юридические лица не подлежат уголовной ответственности. Вместе с тем, анализ практики экстремизма свидетельствует о том, что определенные организации (преимущественно религиозные), регистрирующиеся в качестве юридических лиц, могут быть не просто причастными к экстремистской деятельности, но и иметь непосредственно экстремистские цели и принципы своей деятельности, хотя бы и неофициально (скрыто и завуалировано). Таким образом, имеется необходимость выработки эффективных правовых механизмов противодействия экстремизму среди юридических лиц, в том числе вновь обратиться к перспективе введения уголовной ответственности юридических лиц за экстремистские и террористические преступления.

Основания и порядок признания юридических лиц экстремистскими организациями (организациями, причастными к экстремизму) должны быть предусмотрены в Законе о противодействии экстремизму и иных соответствующих нормативных правовых актах. Процедура признания юридического лица экстремистской организацией (организацией, причастной к экстремизму) осуществляется в гражданско-правовом (в том числе исковом) порядке.

Анализ уголовно-правовых норм об ответственности за преступления, содержащие признаки экстремизма, свидетельствует о том, что в число объектов данных посягательств входят основы конституционного строя, безопасность государства и общественная безопасность. Учитывая, что по действующему законодательству вместо понятия "государственная безопасность", присущего советской государственно-правовой доктрине, употребляется более емкое понятие "национальная безопасность", а понятие "общественная безопасность" является составным элементом национальной безопасности, объектами экстремистских посягательств предлагаем считать основы конституционного строя и национальной безопасности Республики Казахстан.

С учетом того, что определение понятия основ конституционного строя в действующем праве не дано, предлагаем изложить его в следующей редакции: "Под основами конституционного строя Республики Казахстан понимается государственный суверенитет, территориальная целостность, административно-территориальное устройство, единство и верховенство

государственной власти, нормальная деятельность Президента, Парламента, Правительства, судов и иных конституционных органов государственной власти и ее должностных лиц, а также соблюдение основополагающих принципов деятельности Республики Казахстан". При этом необходимо принять во внимание, что в соответствии с законодательством о нормативных правовых актах нормативное определение конституционного понятия (к каковым и относится рассматриваемое определение), помимо самой Конституции, также возможно в нормативных правовых актах конституционного характера - конституционном законе либо указе Президента, имеющим силу конституционного закона, и в нормативном постановлении Конституционного Совета.

Понятие национальной безопасности дано в Законе Республики Казахстан от 06 января 2012 года "О национальной безопасности" и определяется как состояние защищенности национальных интересов Республики Казахстан от реальных и потенциальных угроз, обеспечивающее динамическое развитие человека и гражданина, общества и государства.

В свою очередь, под национальными интересами Республики Казахстан, согласно названному закону, понимается совокупность законодательно признанных политических, экономических, социальных и других потребностей Республики Казахстан, от реализации которых зависит способность государства обеспечивать защиту прав человека и гражданина, ценностей казахстанского общества и основ конституционного строя.

Анализ субъективной стороны деяний, содержащих признаки экстремизма, показал, что основным движущим (побуждающим) фактором при их совершении выступает именно мотив. Цели совершения экстремистских действий в практике выделяются различные, притом, зачастую, цель носит альтернативный или неопределенный характер. Так, в некоторых случаях такая цель сводится к вредительству интересам государства и традиционного общества, устрашению представителей государственной власти, населения и т.п. В этой связи, с правовой позиции и, прежде всего, с точки зрения доказывания, наибольшее значение имеет именно мотив деяния.

Выделяется три основных мотива совершения экстремистских действий.

Прежде всего, мотив дискриминации. Это основной движущий фактор и главная причина экстремизма. Под дискриминацией понимается выражение различия в правах и обязанностях человека либо общественных групп по признаку расы, национальности, политических взглядов и убеждений, социальной, культурной, религиозной принадлежности и по любым иным признакам [2, с.25-26].

Также, отдельными субъективными признаками экстремизма следует рассматривать сепаратистские и радикалистские мотивы. Несмотря на то, что в основе данных мотивов также лежит дискриминация, они имеют специфические особенности и рассматриваются как самостоятельные понятия.

Сепаратизм - совершение действий, направленных на обособление, отделение части

территории государства с целью создания нового самостоятельного государства или получения статуса политической автономии [2, с.103-104].

Радикализм - совершение действий, выражающих крайнюю, бескомпромиссную приверженность каким-либо взглядам, концепциям, направленным на решительное, коренное изменение существующих общественных и (или) государственных институтов [2, с.73-74].

Соответственно, сепаратистскими и радикалистскими мотивами следует признавать внутреннее стремление лица к обособлению, отделению части государственной территории (сепаратистский мотив), либо к коренному (принципиальному) изменению существующих общественных и (или) государственных институтов (радикалистский мотив).

Более того, понятия сепаратизма и радикализма следует рассматривать в качестве отдельных видов экстремистской деятельности, так как все признаки данных понятий полностью охватываются признаками экстремизма.

С учетом непосредственного отношения терминов к понятию "экстремизм", считаем целесообразным закрепить их в Законе Республики Казахстан "О противодействии экстремизму".

С учетом изложенного, само понятие экстремизма предлагаем изложить в следующей редакции: "Экстремизм - общественно опасные, противоправные действия физического лица, либо объединения физических лиц, направленные против основ конституционного строя и национальной безопасности Республики Казахстан по мотивам политической, расовой, национальной, социальной, культурной, религиозной либо иной дискриминации, а равно сепарации или радикализации".

Не претендуя на бесспорность, полагаем, что предложенное понятие экстремизма и иных изложенных в статье дефиниций, найдут поддержку у законодателя и послужит совершенствованию правоприменительной практики, поскольку определение любого институционального понятия на законодательном уровне является крайне важным для правильного исполнения соответствующего закона, полноты и качества реализации идеи, положенной в его основу.

Важным аргументом к совершенствованию понятийного аппарата и в целом законодательства в сфере противодействия экстремизму, терроризму, является необходимость гармонизации и повышения качества национального права в условиях создания Евразийского экономического союза.

Список литературы:

1. Государственная программа по противодействию религиозному экстремизму и терроризму в Республике Казахстан на 2013 - 2017 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 24 сентября 2013 года № 648. - Режим доступа: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1300000648>.

2. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 томах (82 т. и 4 доп.). - СПб., 1890-1907. - Т. XXVIII.

Гульжан ОНГАРОВА, преподаватель цикла Криминалистики Учебного центра ДВД Акмолинской области, капитан полиции, Республика Казахстан, г. Астана

Болат СЕЙТХОЖИН, к.ю.н., доцент, старший научный сотрудник НИИ экономических и правовых исследований, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, bulat-1960@mail.ru, 8-701-754-23-47

АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В настоящей статье рассмотрены теоретические вопросы антикоррупционной политики Республики Казахстан на современном этапе. Указан ряд авторов, занимающихся исследованием данной проблемы в Казахстане. На основе нерешенных проблем, авторами выдвигается ряд предложений, направленных на совершенствование национального антикоррупционного законодательства.

Ключевые слова: предупреждение и противодействие коррупции, антикоррупционное законодательство РК, коррупционные правонарушения

Гулжан ОНГАРОВА, Ақмола облысы ІІД, Оқу орталығының Криминалистика циклінің оқытушысы, полиция капитаны, Қазақстан республикасы, Астана қ.

Болат СЕЙТХОЖИН, з.ғ.к., доцент, аға ғылыми қызметкері, Қазтұтытудағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Академическая қос., 9, bulat-1960@mail.ru, 8-701-754-23-47

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҚАЗІРГІ КЕЗЕҢДЕГІ СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ САЯСАТЫ

Мақалада Қазақстан Республикасының қазіргі кезеңдегі сыбайлас жемқорлыққа қарсы саясатының теориялық сұрақтары қарастырылған. Қазақстанда осы мәселені зерттеумен айналысатын бірқатар авторлар көрсетілген. Шешілмеген мәселелер негізінде авторлар ұлттық сыбайлас жемқорлыққа қарсы заңнамаларды жетілдіруге бағытталған бірқатар ұсыныстар енгізеді.

Түйінді сөздер: сыбайлас жемқорлықтың алдын алу және қарсы әрекет, ҚР сыбайлас жемқорлыққа қарсы заңнамалары, сыбайлас жемқорлықтық құқықбұзушылық.

Gulzhan ONGAROVA, Lecturer cycle Criminalistics Training Centre of the Department of Internal Affairs of Akmola region, police captain, Republic of Kazakhstan, Astana

Bulat SEYTHOZHIN, Candidate of Law, docent, Senior researcher at the Research Institute of Economics and Legal Studies Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, bulat-1960@mail.ru, 8-701-754-23-47

ANTI-CORRUPTION POLICY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AT THE PRESENT STAGE

This article reviews the theoretical issues of anti-corruption policy of the Republic of Kazakhstan for the modern stage. Set a number of authors involved in the study of this problem in Kazakhstan. On the basis of the outstanding problems, the author puts forward a number of proposals aimed at improving the national anti-corruption legislation.

Keywords: fight against and prevention of corruption, anti-corruption legislation of the Republic of Kazakhstan, corruption offense

Постановка проблемы. Этимологический термин "коррупция" происходит от лат. "corruptio", означающего "порча, подкуп". Эти два слова определяют понятие коррупции. В Юридической энциклопедии термин коррупция определяется как "преступная деятельность в сфере политики или государственного управления, заключающаяся в использовании должностными лицами доверенных им прав и властных возможностей в целях личного обогащения". В Справочном документе ООН о международной борьбе с коррупцией указывается, что "коррупция - это злоупотребление государственной властью для получения выгод в личных целях" [1, с. 183-185].

В международном праве сложилось несколько подходов к определению понятия "коррупция" - от очень широкого, при котором под коррупцией понимается любое злоупотребление государственной властью для получения выгод в личных целях [2], до максимально узкого - перечисления конкретных коррупционных деяний.

Древнегреческий философ и мыслитель Платон, говоря о коррупции, писал: "корыстолюбие - это один из важнейших социальных пороков, который совершенно недопустим не только для правителей, но и для воинов. Этот порок питается собственностью, поэтому пока те, кто обладает властью и силой, лишены собственности, а те, кто

производит материальные блага, не имеют силы и власти, государство процветает. В противном случае происходит его вырождение".

Данное изречение, на наш взгляд, знаменательно само по себе не предложением борьбы с коррупцией в виде своеобразной "декларации доходов", а тем, что указывает на её причину - корыстолюбие, и на то, что это один из важнейших (т.е. жизненно необходимых) стремлений общества. Как экономика - это базис человеческой цивилизации, так и корысть (стремление обладать большим) - это своеобразный базис мотивации практически каждого человека [3].

В юридической литературе все чаще встречается утверждение, что коррупция - явление социальное, и потому не поддается правовому воздействию [4, с. 15-16].

При определении понятия "коррупции" необходимо исходить не только из уголовно-правовых, но и из социальных и криминологических аспектов, рассматривать коррупцию как сложное социально-юридическое явление. Указанный подход позволит заложить основы дальнейшего совершенствования антикоррупционного законодательства.

Природу происхождения коррупции объясняют по-разному. Одни видят причину в плохих законах, усугубляющих деградацию личности. Другие утверждают, что законы ни при чем, а взяточничество есть лишь отражение извечных человеческих пороков. Еще большее число специалистов считает главной причиной коррупции разрастающуюся армию чиновничества, бюрократизацию общественной жизни.

Как утверждал бывший канцлер Германии Бисмарк: "С плохими законами еще можно управлять государством, но с плохими чиновниками не помогут никакие законы" [5, с. 75].

Между тем, примеров, когда некоторые государства, не сумев обуздать коррупцию, оказывались на краю пропасти, более чем достаточно. Масштабная безработица, гиперинфляция, дефицит товаров, и, в конечном счете, экономический, социальный и политический коллапс зачастую становились результатом распространения коррупции в системе государственного управления различных стран мира.

В частности, коррупционные кризисы в странах Латинской Америки и Африки отбросили их в своем развитии на десятилетия. При этом, серьезные коррупционные скандалы возникали и до сих пор имеют место быть в благополучных странах Европы и Америки, что еще раз подтверждает тезис о глобальном характере распространения коррупции.

В мировом Индексе восприятия коррупции, опубликованном международной неправительственной организацией Transparency International, Швеция - бесспорный лидер. Швеция занимает одно из первых мест среди наименее подверженных коррупции государств, что говорит о практически полной неподкупности в среде шведских чиновников. Для пресечения завуалированных случаев коррупции чиновники обязаны декларировать личные подарки стоимостью свыше

200 шведских крон для их дальнейшего налогообложения.

Швеция с 1995 года ежегодно входит в первую тройку лидеров стран из 180 государств. По другим мировым рейтингам как, например, по уровню жизни, глобальной конкурентоспособности, развитию здравоохранения и образования, системы социального страхования и другим, Швеция также занимает первые позиции. В 2013 году после объединения результатов мировых рейтингов в один мета-индекс Швеция официально признана лучшей страной в мире.

Ключевым элементом в антикоррупционном механизме Швеции является эффективный общественный контроль за деятельностью как чиновников, так и бизнесменов. Основную роль в осуществлении этого контроля играют шведские СМИ, мгновенно предающие огласке любые случаи коррупции, невзирая на должности и положение в обществе, замешанных в них лиц. Шведский парламент также принимает активное участие в борьбе с коррупцией.

Что касается парламентского антикоррупционного контроля, то в рамках шведского парламента не существует отдельной специализированной структуры, занимающейся вопросами коррупции. Однако при необходимости к такого рода работе могут подключаться Конституционный комитет и Комитет по делам юстиции. Также в состав парламента входит омбудсмен юстиции, представляющий собой орган надзора и контроля за деятельностью административных и судебных властей. В качестве особо уполномоченного обвинителя этот институт имеет право возбуждать уголовные дела против должностных лиц, подозреваемых в совершении преступлений, связанных с пренебрежением или злоупотреблением служебным положением. Деятельность омбудсмана юстиции регулируется соответствующим законом. Немаловажным фактором, регулирующим противодействие коррупции, является также принцип гласности и прозрачности правоохранительной деятельности.

Внедрение положительного международного опыта борьбы с коррупцией в национальную систему Казахстана должно принести конкретные плоды. Весьма полезен опыт и таких государств, как Сингапур, Дания, Нидерланды, Финляндия, Канада, имеющих низкий уровень коррупции [6].

Коррупция - глобальная проблема, от которой не застрахована ни одна страна мира. Она проникает во все сферы деятельности человека: искажает политическую, социальную жизнь, тормозит экономический рост, подрывает основы демократии и доверие граждан к государственным органам.

Традиционными коррупционными предрассудками являются оправдание взятки, данной за:

- получение лучшего ухода и большего внимания по отношению к себе или своему близкому в медицинском учреждении,
- получение права на вождение автомобиля без сдачи экзамена или неудовлетворительных навыков вождения,

- выставление положительных аттестационных оценок при отсутствии или недостатке профессиональных знаний и умений,
- более внимательное и снисходительное отношение учителя к ребенку,
- поступление в престижный государственный вуз,
- освобождение от наказания за преступление или его смягчение,
- освобождение от ответственности за любое правонарушение,
- получение вне очереди любых благ "причитающихся по закону",
- попустительство по работе со стороны руководителя.

Простая аналогия, услуги коррупционера - это товар (поскольку приобретается за блага), следовательно, рост его предложения напрямую зависит от спроса.

Здесь можно привести также пример генерала Обасанджо, бывшего Президента Нигерии, подвергнутого критике тех, кто пытается объяснить практику щедрого одаривания чиновников национальными и культурными традициями: "я содрогаюсь при мысли о том, что традиционный аспект нашей культуры может быть использован для объяснения и оправдания преступных и заслуживающих осуждения поступков. Согласно африканским традициям, подарок, вручаемый в знак благодарности или гостеприимства, обычно носит чисто символический характер. Требовать подарки не принято. А ценность подарка обычно измеряется духовными, а не материальными параметрами. Подарки, как правило, преподносятся открыто, а не тайно. Если подарок слишком дорогой, чтобы служить просто знаком традиционного гостеприимства, то это создает неловкую ситуацию, и подарок возвращается. Как бы там ни было, коррупция извратила и разрушила эту часть нашей традиционной культуры" [3].

Для того, чтобы уровень коррупции начал снижаться, надо действовать систематически и прогрессивно. Мало лишь уличать сотрудников государственных органов во взяточничестве. Все население должно понять, что надо прекратить давать взятки, что получение прибыли и увеличение доходов в краткосрочном периоде выльется в значительное ухудшение экономического развития страны в долгосрочной перспективе [6].

Необходимо признать, что, несмотря на усилия правоохранительных органов, проблема распространения коррупции по-прежнему сохраняется. Коррупция продолжает оставаться дестабилизирующим фактором, который обостряет социальные конфликты и в немалой степени способствует формированию недоверия населения к власти [7].

Действенным механизмом борьбы с коррупцией, должна стать эффективно работающая система противодействия коррупционным преступлениям. Неотвратимость наказания в виде лишения имущества, нажитого преступным путем, бесспорно, является, с одной стороны, серьезным

профилактическим фактором, с другой стороны, позволяет минимизировать последствия коррупционных преступлений путем возмещения причиненного ущерба [8, с. 99]. Вследствие чего, государство должно вести непрекращающуюся и планомерную работу по искоренению коррупции в Казахстане.

Анализ последних исследований и публикаций. Правовым и криминологическим проблемам борьбы с коррупцией и ее предупреждению посвящены труды: А.Н. Агыбаева [9-10], Е.О. Алауханова [11], И.Ш. Борчашвили [12], В.Н. Боркова [13], Б.В. Волженкина [14-15], А.И. Долговой [16], Р.С. Ибрагимов [17], Е.В. Курбатова [18], Н.Ф. Кузнецовой [19], В.В. Лунеева [20], С.В. Максимова [21], А.В. Наумова [22], М.С. Нарикбаева [23], М.О. Нукунова [24], Д.К. Нурпеисова [25], С.М. Рахметова [26-29].

По проблеме борьбы с коррупцией в последние десятилетия в Казахстане защищено достаточно диссертаций, к которым следует отнести работы: С.З. Абдрахманова [30]; Р.М. Абдрашева [31]; С.С. Акылбекова [32]; Е.С. Кемали [33]; Ч.Д. Кенжетаева [34]; Е.В. Курбатова [35]; М.О. Нукунова [36]; Е.З. Тургумбаева [37].

В перечисленных работах в большей степени рассматриваются уголовно-правовые и криминологические проблемы борьбы с коррупцией, методика раскрытия и расследования взяточничества и других коррупционных и иных преступлений против интересов государственной службы и государственного управления. В этой связи при исследовании вопросов противодействия коррупции и ее профилактики, основной упор в настоящей статье сделан на полученные в них результаты.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Анализ предпринимаемых мер, связанных с разработкой нормативно-правовых актов и их правоприменение свидетельствует о том, что в Казахстане еще на не достаточном уровне ведется борьба с коррупцией и ее следует осуществлять не только силами правоохранительных органов, но и как нам представляется, в эту деятельность должно шире вовлекаться гражданское общество, в том числе неправительственные организации.

В то же время, при недостаточном внимании со стороны государства и общества продолжают сохраняться устойчивые условия, способствующие распространению коррупции. В связи с этим в Казахстане необходимо своевременно устранять имеющиеся правовые пробелы, умело заимствовать антикоррупционный опыт стран с успешной рыночной экономикой и соответствующими историческими традициями [7].

В настоящее время Агентством РК по делам государственной службы и противодействию коррупции разработан проект новой антикоррупционной Стратегии Республики Казахстан до 2025 года. В проекте Стратегии предусмотрены антикоррупционные меры, реализация которых позволит минимизировать уровень коррупции [38].

Приоритетными направлениями работы названного Агентства является устранение причин и

условий, способствующих совершению коррупционных и экономических преступлений, наряду с выявлением и пресечением преступлений, представляющих наибольшую опасность общественной стабильности. Доказывает это и созданный на базе Агентства специализированный ситуационный центр, который, используя информационные ресурсы, осуществляет мониторинг криминогенной ситуации в стране [39].

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что коррупция искажает экономическую и финансовую среду ведения бизнеса, уменьшает эффективность государственного управления и предпринимательства, стимулирует к инвестициям, сдерживает экономическое и политическое развитие, порождает социальное неравенство, а также вносит определенную нестабильность в политический процесс.

Цель исследования. Целью является разработка научно-обоснованной концепции антикоррупционной политики Республики Казахстан, направленной на повышение эффективности правоприменительной практики борьбы с коррупцией и совершенствование антикоррупционного законодательства.

Основные результаты исследования. В настоящее время назрела практическая необходимость принятия новой антикоррупционной Стратегии Республики Казахстан до 2025 года. Новая Стратегия призвана сориентировать на борьбу с коррупцией все гражданское общество, только в этом случае можно рассчитывать на успех.

При конструировании системы мер противодействия, в том числе профилактики коррупции необходимо учитывать, что коррупция - сложное криминальное явление, детерминированное множеством факторов самой различной природы (культурно-исторических, экономических, политических, организационно-управленческих, социально-психологических, идеологических).

Соответственно, антикоррупционная политика Республики Казахстан должна носить комплексный характер и реализовываться с помощью разнообразных общественных механизмов и правовых средств различной отраслевой принадлежности. В то же время необходимо иметь в виду, что основные детерминанты коррупции находятся в области функционирования экономических и политических институтов, в социальной и культурной сферах. Антикоррупционная политика должна строиться на применении упреждающих мер и поэтому необходимо предусмотреть первостепенное значение общепреventивным подходам по ее минимизации [40, с. 56-63].

Реализация указанных предложений позволит сформировать концептуальные основы антикоррупционной политики РК, соответствующей международным стандартам. Это позволит минимизировать коррупцию, что обеспечит успешное проведение профилактических мер по ее снижению во всех сферах практической деятельности.

Оценивая проект антикоррупционной Стратегии следует обратить внимание на то, что действующий Закон РК "О борьбе с коррупцией", сыграв историческую позитивную роль, во многом уже не отвечает современным реалиям [7].

Полагаем, что на современном этапе назрела объективная целесообразность и необходимость в принятии и реализации антикоррупционной политики Республики Казахстан на долгосрочную перспективу. Обозначенные выше актуальные антикоррупционные меры необходимо претворять в жизнь путем принятия среднесрочных планов мероприятий во исполнение антикоррупционной Стратегии РК до 2025 г.

В целях дальнейшего совершенствования правовой базы в сфере борьбы с коррупцией следует принять новый Закон Республики Казахстан "О противодействии коррупции", включающий новые правовые механизмы и информационные возможности. Особенностью данного законопроекта, на наш взгляд, является его ориентация на вопросы формирования и реализации антикоррупционной политики РК, как важнейшей части государственной политики, включающей меры, направленные на решение следующих задач:

- 1 - организацию борьбы с коррупцией на всех ее уровнях;
- 2 - сужение поля условий и обстоятельств, благоприятствующих коррупции;
- 3 - увеличение вероятности выявления коррупционных преступлений и наказания за них;
- 4 - влияние на мотивы поведения субъектов коррупционных преступлений;
- 5 - создание атмосферы общественного порицания коррупции во всех ее проявлениях.

Только успешная реализация поставленных антикоррупционной Стратегией задач внесет основополагающий вклад в защиту прав, свобод и законных интересов наших граждан, экономической безопасности Казахстана. Именно это и обеспечит достижение поставленной Главой государства стратегической установки по вхождению Казахстана в число 30-ти наиболее развитых государств мира.

Список литературы:

1. Сейтхожин Б.У. Понятие и признаки коррупции. /Вторая международная науч.-практ. конф. "Современные тенденции и инновации в науке и производстве". Россия. Кемеровская область. Филиал федерального государственного бюджетного учреждения высшего профессионального образования "Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева". - Междуреченск. 2013.
2. Справочный документ о международной борьбе с коррупцией, подготовленный Секретариатом ООН. A/CONF. 169/14. 1995. 13 April.
3. Кабиров Р.А. О борьбе с коррупцией. - Режим доступа: <http://pravo.zakon.kz/4661912-o-borbe-s-korruptsiej-ny-po.html>.
4. Мельник Н.И. Понятие коррупции // Коррупция и борьба с ней. М. 2000.
5. Мадибраимова М.Н. Новая модель государственной службы в Казахстане // журн. Вестник КЭУ: экономика, философия, педагогика, юриспруденция.

- Караганды: Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза. 2013. № 2 (28).

6. Фиринова В. Правило без исключений // Каз. правда от 28 марта 2014. - Режим доступа: <http://www.kazpravda.kz/ida.php?ida=53533>.

7. Сулейменов К. Борьба с коррупцией требует мобилизации сил // Каз. правда от 30 апреля 2014.

8. Абрамов О.А. Противодействие легализации преступных доходов как одна из важнейших составляющих повышения эффективности борьбы с коррупцией. // Вестник Волгоградской академии МВД России. Изд-во: Волгоградская академия Министерства внутренних дел Российской Федерации - Волгоград. 2011.

9. Агыбаев А.Н. Уголовно-правовые и криминологические меры борьбы с коррупцией: Уч. пос. - Алматы. 2003; Баймурзин Г.И. Проблемы коррупции как социального феномена (социального антипода) в условиях гражданского общества. - Алматы. 1999.

10. Агыбаев А.Н. Взятка // Фемида. 1999. № 6.

11. Алауханов Е.О., Турсынбаев Д.Е. Борьба с коррупцией в государственных органах Республики Казахстан: Уч. пос. /Под ред. Е.О. Алауханова. - Алматы. 2008; Арыстанбеков М.А. Предупреждение коррупции в органах внутренних дел. /Мат-лы междунар. науч.-практ. конф. "Наука и образование в современном мире" - Караганды. "Болашак-Баспа". 2013. Т. 1. с. 20-23.

12. Борчашвили И.Ш. Коррупционные преступления: закон, теория и практика. Монография. - Алматы: Жеті Жарғы. 2008.

13. Борков В.Н. О некоторых вопросах ответственности за взяточничество. М. 1999.

14. Волженкин Б.В. Коррупция. - Спб. 1998.

15. Волженкин Б.В., Квашиш В.Е., Цагикиан С.Ш. Ответственность за взяточничество. - Ереван. 1988.

16. Долгова А.И. Определение коррупции и законодательство о борьбе с ней. //В кн: Коррупция и борьба с ней. - М. Российская криминологическая ассоциация. 2000.

17. Ибрагимов Р.С. Взятничество и его квалификация. - М. 1992.

18. Курбатов Е.В. Получение взятки: уголовно-правовые, процессуальные и криминологические аспекты. Уч. пос. - Караганды. 2001.

19. Кузнецова Н.Ф. Коррупция в системе уголовных преступлений //Вестн. МГУ. Сер.11. Право. 1993. № 1.

20. Лунеев В.В. Коррупция. Учётная и фактическая // Государство и право. - 1996. - № 8.

21. Максимов С.В. Коррупция. Закон. Ответственность. 2-е изд., переработанное и дополненное. - М. 2008.

22. Наумов А.В. Ответственность за коррупционные преступления по законодательству европейских стран (сравнительно-правовой анализ). //Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы. - М. 2001.

23. Нарикбаев М.С. Некоторые вопросы борьбы с коррупцией и организованной преступностью //Научные труды Карагандинской высшей школы Комитета национальной безопасности Республики Казахстан. - Караганды. 1998, Вып.2.

24. Нукунов М.О., Абдрахманов С.З. Коррупционные преступления: понятие и характеристика //Проблемы борьбы с организованной преступностью и коррупцией: Курс лекций / Под ред. А.М. Кустова, Б.М. Нургалиева. - Караганды: Кар.ЮИ МВД РК. 1999.

25. Нурпеисов Д.К. Системы измерения состояния коррупции (анализ сравнительных исследований) -

Алматы. 2003, Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан; Сарсембаев М.А. Зарубежные стратегии борьбы с коррупцией и обогащение опыта противодействия коррупции в Казахстане // Актуальные проблемы борьбы с коррупцией в Республике Казахстан на современном этапе. Мат-лы Респ. науч.-практ. конф. (г. Астана, 27 апр. 2012 г.) / Коллектив авторов. - Астана: Издательство "АртРпп! XXI". 2012. - С. 25.

26. Рахметов С.М. Проблемы борьбы с коррупцией: уголовно-правовые, криминологические и криминалистические аспекты. Монография. - Астана. 2011. - 309 с.

27. Рахметов С.М. Проблемы противодействия коррупции по уголовному законодательству Республики Казахстан. Монография. (в соавторстве с Борчашвили И.Ш.) - Алматы. "Норма-К", 2012. -392с.

28. Рахметов С.М. Научно-исследовательские материалы по противодействию коррупции. Верховный суд Республики Казахстан. - Астана. 2009. -271с.

29. Рахметов С.М. Комментарий к Закону Республики Казахстан "О борьбе с коррупцией". - Астана. 2012. - 127с.

30. Абдрахманов С.З. Признаки субъекта коррупционных преступлений. Уч. пос. - Караганды. 2004.

31. Абдрашев Р.М. Теория и практика расследования коррупционных преступлений в системе правоохранительных органов. Автореф. дис. ... д.ю.н. - Алматы. 2010.

32. Акылбеков С.С. Борьба с коррупцией в органах государственной власти и управления: криминологические и уголовно-правовые аспекты. Автореф. дис. ...к.ю.н. - Караганды. 2007.

33. Кемали Е.С. Коррупционная преступность лиц, уполномоченных на выполнение государственных функций (криминологические и уголовно-правовые проблемы). Автореф. дис. ...к.ю.н. - Алматы. 2007.

34. Кенжетаяев Ч.Д. Методика расследования посредничества во взяточничестве на первоначальном этапе. Автореф. дис. ...к.ю.н. - Караганды. 2006.

35. Курбатов Е.В. Уголовная ответственность за получение взятки по законодательству Республики Казахстан. Автореф. дис. ...к.ю.н. - Караганды. 2002; Скаков А.Б. Некоторые предложения по имплементации Конвенции ООН против коррупции 2003г. в законодательство Казахстана // Современные проблемы и тенденции развития уголовного права, криминологии и уголовно-исполнительного права Республики Казахстан: КарЮИ МВД РК им. Б. Бейсенова. 2009. - Т. 1. - С. 434.

36. Нукунов М.О. Коррупционные преступления: криминологический и уголовно-правовой анализ. Автореф. дис. ... к.ю.н., - Алматы. 1999.

37. Тургумбаев Е.З. Уголовная ответственность за превышение власти или должностных полномочий. Уч. пос. - Алматы. 2004.

38. Режим доступа: http://i-news.kz/news/2014/04/15/7490653-agentstvo_finansovoi_policii_razrabotalo.html.

39. Кожобаев М. Всем обществом против коррупции // Каз.правда от 20 марта 2014. - Режим доступа: <http://www.kazpravda.kz/ida.php?ida=53165>.

40. Плохов С.В. Система мер противодействия коррупционной преступности в социальной сфере. // Вестник Волгоградской академии МВД России. Изд-во: Волгоградская академия Министерства внутренних дел РФ. - Волгоград. 2013.

АВТОРЛАРҒА АҚПАРАТ

"Қарағанды экономикалық университетінің Жаршысы" журналы: Экономика, Философия, Педагогика, Юриспруденция бағыттары бойынша мақалалар жариялайды.

Пікірсайыс материалдары үшін журналдың беттері әрқашан ашық, сондықтан оның мазмұны міндетті түрде құрылтайшылардың және редакция алқасының көзқарасын көрсетпейді.

Жариялауға берілетін мақалалар ғылыми жарияланымдар әдебіне сәйкес келуі тиіс.

- Авторлар келтірілген фактілердің, дәйексөздердің, экономикалық-статистикалық деректердің, өз аттарының, жағрафиялық атаулардың және өзге де мәліметтердің іріктелімі мен дұрыстығы үшін, сондай-ақ ашық баспасөзде жариялауға арналмаған деректерді пайдаланғаны үшін жауап береді.

- Нақты деректерді, бүкіл мәліметтерді, әдебиеттерден алып пайдаланған және өзге де дерек көздерін, сондай-ақ мақалада келтірілетін дәйексөздерді тиісті сілтемелермен растау қажет.

- Авторлар жарияланымдарға қойылатын талаптарды сақтауы тиіс.

- Түпнұсқа жұмыс ретінде плагиатты табыс етуге және бұрын жарық көрген жарияланымға жол берілмейді.

Қарағанды экономикалық университетінің Жаршысы" журналы тоқсанына бір рет (жылына төрт рет) шығады. Қайта басылған кезде журналға сілтеме жасау міндетті.

Қарауға қабылданған мақалалар бойынша екі апта ішінде оларды жариялаудың әлеуетті мүмкіндіктері туралы мәселе шешіледі. Түпкілікті шешім Редакция алқасының талқылау нәтижелері бойынша қабылданады. Мақалалардың өтуі туралы бүкіл ақпаратты авторлар +7 (7212) 44-16-24 (6500) телефоны бойынша ала алады.

Автор Интернет желісінде Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті сайтының "ҚЭУ Жаршысы" бөлімінде, "ҚЭУ Жаршысы" журналында жарияланған, өз мақаласының электронды нұсқасын өтеусіз негізде жаңғыртуға келісім береді. Автор сайтқа шығу мүмкіндігі реттелмегенін түсінуге сүйенеді.

Жариялауға қабылданбаған мақалалар авторларға қайтарылмайды.

Жарияланым үшін қаламақы төлеу қарастырылмаған.

Қолжазбаның жарияланым ақысы 3 000 теңге (эквиваленті 20\$).

Назар аударыңыз: Автордың ҚЭУ Жаршысына жариялау үшін мақаланы беруі ғылыми жарияланымдар әдебінде айтылған ережелер мен талаптарға келісім беру ретінде автоматты түрде қабылданады.

Мақалалар мәтінінің форматына қойылатын талап:

- мәтіндік редактор Microsoft Word;
- қарып түрі Times New Roman 11 кегль (мақалалардың негізгі мәтіні үшін);
- бір жол аралық интервал;
- бос орын: жоғарғы, төменгі, оң жақтағы, сол жақтағы - 2 см қалдырылады;
- азат жолдан шегініс - 1 см.

Көрсетілген форматтағы мақала көлемі 8 беттен аспауы тиіс.

Жарияланымдардың міндетті элементтері болып саналады:

- мақаланың тақырыбын жеткілікті түрде толық көрсетуі тиіс УДК индексі, одан әрі азат жолдан шегініс қарып түрі Times New Roman 11 кегль;

- орыс, қазақ және ағылшын тілдеріндегі автордың (теңавторлардың) аты (бас әріптермен) және тегі (барлық әріптер бас әріппен) қарып түрі Times New Roman 10 кегль, курсив;

- авторлар туралы мәлімет: регалия, авторлардың жұмыс орны және байланыс ақпараты (орыс, қазақ және ағылшын тілдерінде), қарып түрі Times New Roman 11 кегль, курсив;

- мақала атауы бас әріптермен, майлы қарып түрімен (орыс, қазақ және ағылшын тілдерінде), қарып түрі Times New Roman 11 кегль, ары қарай азат жолдан шегініс;

- мақаланың аңдатпасы және түйінді сөздер орыс, қазақ және ағылшын тілдерінде, қарып түрі Times New Roman 10 кегль.

- **Назар аударыңыз:** кез келген қысқартуға, оның ішінде аббревиатураға, түпнұсқа тілінде ғана рұқсат етіледі (өзге тілдік форматтарда мағынасы толық ашылып берілуі тиіс).

Мақала мәтінінің ұсынылған құрылымы:

1. Проблемалардың қойылысы.
2. Соңғы зерттеулерді және жарияланымдарды талдау.
3. Жалпы проблемалардың бұрын шешілмеген бөліктерін бөліп көрсету.
4. Зерттеу мақсаты.
5. Зерттеудің негізгі нәтижелері.

Мақалаларды табыс ету формасына қойылатын талаптар:

Мәтін электронды түрде табыс етіледі (e-mail редакция алқасына: vestnik_keu@mail.ru).

Мақалаға мыналарды (сканирленген түрде) тіркеу қажет:

- ғылыми жетекшінің ұсынысын (студенттер мен магистранттар үшін);
- пікір жазушының ғылыми дәрежесі мен координаттары көрсетілген, аталған зерттеу саласындағы маманның (сканирленген) пікірі (Қазақстанның, ТМД елдерінің және шетелдердің оқу және ғылыми мекемелерінде жұмыс істейтін оқытушылар мен ғылыми қызметкерлер үшін).

Редакция алқасының мекен жайы: Қарағанды, Академиялық көшесі,9, Қарағанды экономикалық университеті, 359 каб, т. +7 (7212) 44-16-24 (6500). Email: vestnik_keu@mail.ru

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Журнал "Вестник Карагандинского экономического университета" публикует статьи по следующим направлениям: Экономика, Философия, Педагогика, Юриспруденция.

Страницы журнала открыты для дискуссионных материалов, поэтому его содержание не обязательно отражает точку зрения учредителей и редакционной коллегии.

Передаваемые для публикации статьи должны соответствовать этике научных публикаций:

- Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических названий и иных сведений, а также за использование данных, не предназначенных для открытой печати.

- Фактические данные, все сведения, заимствованные из литературных и иных источников, а также цитаты, приводимые в статье, необходимо подтверждать соответствующими ссылками.

- Авторы должны соблюдать требования к публикациям.

- Не допустимым является представление плагиата в качестве оригинальной работы и публикация ранее опубликованной статьи.

Журнал "Вестник Карагандинского экономического университета" выходит один раз в квартал (четыре раза в год). При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

По принятым к рассмотрению статьям в течение двух недель решается вопрос о потенциальной возможности их публикации. Окончательное решение принимается по результатам обсуждения на Редколлегии. Всю информацию о прохождении статьи авторы могут получить по телефону: +7 (7212) 44-16-24 (6500).

Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза в разделе "Вестник КЭУ" электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале "Вестник КЭУ". Автор исходит из понимания, что доступ к сайту не регламентирован.

Отклоненные статьи не возвращаются авторам.

Выплата гонорара за публикации не предусматривается.

Плата за публикацию рукописей составляет 3 000 тенге (эквивалент 20\$).

Внимание: Передача автором статьи для публикации в Вестнике КЭУ автоматически воспринимается как согласие с перечисленными положениями и требованиями этики научных публикаций.

Требования к формату текста статей:

- текстовый редактор Microsoft Word;
- шрифт Times New Roman 11 кегль (для основного текста статьи);
- одинарный междустрочный интервал;
- поля: верхнее, нижнее, правое, левое - по 2 см;
- абзацный отступ - 1 см.

Объем статьи в указанном формате не должен превышать 8 страниц.

Обязательными элементами публикации являются:

- индекс УДК, который должен достаточно подробно отражать тематику статьи, далее абзацный отступ шрифт Times New Roman 11 кегль;

- имя (с прописной буквы) и фамилия автора (соавторов) (все буквы прописные) на русском, казахском и английском языках, шрифт Times New Roman 10 кегль, курсив;

- сведения об авторах: регалии, места работы авторов и контактная информация (на русском, казахском и английском языках), шрифт Times New Roman 10 кегль, курсив;

- название статьи прописными буквами, жирным шрифтом (на русском, казахском и английском языках), шрифт Times New Roman 11 кегль, далее абзацный отступ;

- аннотация статьи и ключевые слова на русском, казахском и английском язык, шрифт Times New Roman 10 кегль.

- **Обратите внимание:** любые сокращения, в том числе аббревиатура, допускаются только на языке оригинала (в других языковых форматах должна быть приведена полная расшифровка).

Рекомендованная структура текста статьи:

1. Постановка проблемы.
2. Анализ последних исследований и публикаций.
3. Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.
4. Цель исследования.
5. Основные результаты исследования.

Требования к форме предоставления статей:

Текст предоставляется в электронном виде (e-mail редколлегии журнала: vestnik_keu@mail.ru).

К статье необходимо приложить (отсканированную):

- **рекомендацию научного руководителя** (для студентов и магистрантов);

- **рецензию** (отсканированную) специалиста в данной области исследования с указанием научной степени и координат рецензента (для преподавателей и научных сотрудников, работающих в учебных и научных учреждениях Казахстана, стран СНГ и дальнего зарубежья).

Адрес редколлегии: Караганда, ул. Академическая, 9, Карагандинский экономический университет, каб. 359, т. +7 (7212) 44-16-24 (6500). **Email:** vestnik_keu@mail.ru

INSTRUCTIONS TO AUTHORS

The journal "Karaganda Economic University Bulletin" publishes papers in the following areas: Economics, Philosophy, Pedagogics, and Law.

Papers are open to discussion, so their content does not necessarily reflect the views of the founders and the Editorial Board.

Manuscripts submitted for publication should correspond to the Ethics of scientific publications.

Authors are responsible for the choice and the accuracy of the facts, quotations, economic and statistical data, proper names, place names and other information, as well as the use of data which are inappropriate for public media.

The actual data and all the information taken from references and other sources, as well as citations given in the manuscript need to be confirmed by the appropriate links.

Authors should meet the publication requirements:

Original research papers can be submitted on the understanding that the paper was not previously published or under consideration for publication elsewhere. Please, avoid plagiarism!

The journal "Bulletin of Karaganda Economic University" is issued once a quarter (four times per year). In terms of reprint the reference to the journal is required.

The final decision about publishing manuscripts accepted for the submission is made within two weeks. The final decision is made according to the results of the Editorial Board discussion. Authors can get information about manuscript evaluation by tel.: +7 (7212) 44-16-24 (int. 6500).

By submitting a manuscript to the editor authors are deemed to have granted permission to publish free electronic version of the manuscript in "Karaganda economic university Bulletin" at the web-site of Karaganda economic university.

Author understands that access to the web-site is not regulated.

Rejected manuscripts are not returned to the authors.

Payments of honoraria for the publication are not provided.

The fee for the publication of manuscripts is 3,000 tenge (equivalent to \$ 20).

Please, pay attention that the submission of manuscripts for publication in the "Bulletin of KEU" automatically means that the author agrees with the provisions and requirements of scientific publications ethics mentioned above.

Format:

- Text editor - Microsoft Word;
- Times New Roman, 11 point font (for the main text);
- Single line spacing;
- Margins: head, bottom, right, left - 2 cm;
- Indention - 1 cm

The volume of manuscripts in the specified format should not exceed 8 pages.

Obligatory elements:

- the universal decimal classification index, which should reflect the research area of publication in details; indention; Times New Roman 11 point font;
- the name (in capital letters) and the surname of the author (co-authors) (in capital letters) in the Russian, Kazakh and English languages, Times New Roman 10 point font, italic;
- information about the authors: regalia, institution and contact information (in Russian, Kazakh and English), Times New Roman 10 point font, italic;
- manuscript title must be in capital letters, bold type (in Russian, Kazakh and English), Times New Roman 11 point font, later indention;
- manuscript's abstract and key words must be in Russian, Kazakh and English, Times New Roman 10 point font.

Please, pay attention that abbreviations must be in the original language (in other language formats full transcript should be given).

Recommended structure:

1. Problem statement.
2. Analysis of the recent research and publications.
3. Selection of the unsolved aspects of the problem.
4. Purpose of the study.
5. Main results.

Requirements for submission

Please submit all manuscripts to the Editorial Board in Word documents by e-mail: vestnik_keu@mail.ru

Master and Bachelor students should attach:

- a scanned version of the scientific Supervisor's recommendation for manuscript submission.
- a scanned version of the review from the specialist in this area of research. The review should contain reviewer's scientific degree and contact information (for teaching staff, scientific researchers working in educational and research institutions in Kazakhstan, and other countries).

Editorial Board address: Karaganda Economic University, office 359, 9 Akademicheskaya str., Karaganda
Tel: +7 (7212) 44-16-24 (6500). E-mail: vestnik_keu@mail.ru

www.keu.kz

№3 (34) 2014

ISSN 1998-7862

**ҚЭУ Жаршысы: экономика, философия,
педагогика, юриспруденция
Журналы**

**Журнал
Вестник КЭУ: экономика, философия,
педагогика, юриспруденция**

**JOURNAL
Bulletin of KEU: Economy, Philosophy,
Pedagogics, Jurisprudence**

Мнение авторов не всегда отражает точку зрения редакции.
Перепечатка материалов, опубликованных в журнале, допускается только
с письменного разрешения редакции. Ссылка на журнал обязательна.

Басуға қол қойылды	08. 10. 2014 г.	Подписано к печати
Пішімі	A4	Формат
Көлемі, ес.б.т.	14,1	Объем, п.л.
Таралымы	300	Тираж
Тапсырыс	№ 7446	Заказ
Келісімді баға		Цена договорная



Редакцияның мекен-жайы - Адрес редакции
100009, г.Караганды, ул.Академическая, 9.

Отпечатано в типографии Карагандинского экономического университета