

www.keu.kz

№4 (35) 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

Дина АКИМОВА ЖАСЫЛ МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУЫНЫҢ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА.....	6
Гауһар БЕГЕЖАНОВА МЕМЛЕКЕТТІК АУДИТ - ҚАЗАҚСТАН ҮШІН ЖАҢА НАҚТЫЛЫҚ.....	10
КЕНЖЕБЕКОВ Н.Д., ҚАБДЫБАЙ А.К. ЕАЭО ЕЛДІҢ ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ ЖҮЙЕСІН ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ДАМУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ.....	13
Жанаргуль КУМИСБЕКОВА ҚАЗІРГІ ТАҢДАҒЫ ҚАЗАҚСТАНДА БАҒАЛАУ ҚЫЗМЕТІН ДАМУ.....	19
Әсел НАЛЫБЕКОВА ТАУАРДЫ В-2-В НАРЫҚ АЛАҢЫНА ЖЫЛЖЫТУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҮНТАЛАДЫРУ.....	25
Бақыт НАСАКАЕВА, Жансая ТУЯКОВА ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ....	27
Наталья ПАРАСОЦКАЯ ТРАНСФЕРТТІК БАҒА ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҮЛГІЛЕРІН ТАЛДАУ ЖӘНЕ ОНЫҢ "ЭЛЕКТОРНИКА" ЖАҚ ҚАРЖЫЛЫҚ КӨРСЕТКІШІНЕ ӘСЕРІ.....	29
Жасұлан ТОСҚАНБАЕВ АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІНДЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ ТИІМДІЛІГІ.....	40
Алтынбек ШЕРИМБЕТОВ ҚАРЖЫ ҚҰРАЛДАРДЫ РЕТТЕЙТІН НОРМАТИВТІК АКТІЛЕР.....	46
Валентина БЕРЕЗЮК АУДИТТІК ТЕКСЕРУДІ ЖҮРГІЗУ НЕГІЗІНДЕ ІШКІ АУДИТ ЖҮЙЕСІН БАҒАЛАУ.....	50
Марьяна ЖАКСЫБАЕВА СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАНЫҢ ҚАЗАХСТАН ФОНДТЫҚ НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУЫНА ӘСЕРІ.....	55

ПЕДАГОГИКА

Назым БУКИРБАЕВА "АЛАША ХАН".....	59
--------------------------------------	----

СОДЕРЖАНИЕ:

ЭКОНОМИКА

Дина АКИМОВА РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.	6
Гаухар БЕГЕЖАНОВА ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АУДИТ - НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ДЛЯ КАЗАХСТАНА.	10
КЕНЖЕБЕКОВ Н.Д., КАБДЫБАЙ А.К. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ЕАЭС В ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ.	13
Жанаргуль КУМИСБЕКОВА РАЗВИТИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ КАЗАХСТАНА.	19
Асель НАЛЫБЕКОВА СТИМУЛИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА В2В-РЫНКЕ.	25
Бакыт НАСАКАЕВА, Жансая ТУЯКОВА СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.	27
Наталья ПАРАСОЦКАЯ АНАЛИЗ МОДЕЛИ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ЗАО "ЭЛЕКТРОНИКА".	29
Жасулан ТОСКАНБАЕВ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ.	40
Алтынбек ШЕРИМБЕТОВ НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ОПЕРАЦИИ С ФИНАНСОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ.	46
Валентина БЕРЕЗЮК ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ.	50
Марьяна ЖАКСЫБАЕВА ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ НА РАЗВИТИЕ ФОНДОВОГО РЫНКА КАЗАХСТАНА.	55

ПЕДАГОГИКА

Назым БУКИРБАЕВА "АЛАЧИ ХАН"	59
---------------------------------------	----

CONTENTS:

ECONOMY

Dina AKIMOVA DEVELOPMENT OF GREEN MARKETING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN.	6
Gauhar BEGEZHANOVA STATE AUDIT - NEW REALITY.	10
KENZHEBEKOV N.D., KABDYBAY A.K. INCREASE OF EFFICIENCY OF INTEGRATION PROCESSES OF EAES IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE COUNTRY.	13
Zhanargul KUMISBEKOVA DEVELOPMENT OF EVALUATION ACTIVITY IS IN MODERN TERMS OF KAZAKHSTAN.	19
AsseI NALYBEKOVA STIMULATION IN THE PRODUCT PROMOTION SYSTEM IN THE B2B-MARKET.	25
Bakyt NASSAKAYEVA, Zhansaya TUYAKOVA CURRENT STATE OF THE LABOR MARKET IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN.	27
Natalia PARASOTSKAYA ANALYSIS MODEL TRANSFER PRICING AND ITS IMPACT ON FINANCIAL RESULT ZAO "ELECTRONICS".	29
Zhasulan TOSKANBAYEV EFFICIENCY OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN AGRICULTURE.	40
Altynbek SHERIMBETOV REGULATIONS GOVERNING TRANSACTIONS IN FINANCIAL INSTRUMENTS.	46
Valentine BEREZYUK ASSESSMENT OF INTERNAL AUDIT UNDER THE CONDUCT OF AUDIT.	50
Mariana ZHAKSYBAYEVA INFLUENCE OF STRATEGIC PROGRAMS FOR THE DEVELOPMENT OF THE STOCK MARKET OF KAZAKHSTAN.	55

PEDAGOGICS

Nazym BUKIRBAEVA "KHAN ALACHI".	59
---	----

Dina AKIMOVA, 2 magister course marketing specialty, Karaganda Economic University of Kazpotreboysuz, 100009, Republic of Kazakhstan. Karaganda, Akademicheskaya str. 9, akimdina92@mail.ru

DEVELOPMENT OF GREEN MARKETING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

This article is devoted to "green" marketing: its history of development and a current state in Kazakhstan. Questions are considered: that people understand marketing who influences distribution of "green" marketing as the term "green", what factors promote its development that the system of "green" marketing, etc. includes. Also in article examples of introduction of "green" marketing in the activity of the enterprises of various spheres of business and the state measures aimed at the development of this question are given.

Keywords: "green" marketing, environmental friendliness, "the green bridge".

Дина АКИМОВА, 2 курстың магистранты, Маркетинг мамандықты, Қазтұтыңуодағы Қарағанды экономикалық университеті, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая 9, akimdina92@mail.ru

ЖАСЫЛ МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУЫНЫҢ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА

Айтылмыш мақала "жасыл" маркетингке арналған: оның даму тарихына және қазіргі уақыттағы Қазақстандағы күйіне. Қарастырылатын сұрақтар : адамдар "жасыл" маркетинг термині жайлы не түсінеді, кімдер "жасыл" маркетингтің тарауына әсер етеді, қандай факторлар оған даму етеді, "жасыл" маркетинг жүйесі өзіне не қосады және т.б. Солай-ақ мақалада "жасыл" маркетингтің кәсіпорындардың түрлі бизнес шеңберіне енгізуінің мысалдары және, на осы сұрақтың дамуына үлес қосатын оқтаулы мемлекеттік шаралардың мысалдары келтіріледі.

Түйінді сөздер: "жасыл" маркетинг, экологиялық, "жасыл көпір".

Дина АКИМОВА, магистрант 2 курса специальности Маркетинг, Карагандинский экономический Университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, akimdina92@mail.ru

РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Данная статья посвящена "зеленому" маркетингу: его истории развития и современном состоянии в Казахстане. Рассматриваются вопросы: что люди понимают под термином "зеленый" маркетинг, кто влияет на распространение "зеленого" маркетинга, какие факторы способствуют его развитию, что включает в себя система "зеленого" маркетинга и т.д. Также в статье приводятся примеры внедрения "зеленого" маркетинга в деятельность предприятий различных сфер бизнеса и государственные меры, направленные на развитие этого вопроса.

Ключевые слова: "зеленый" маркетинг, экологичность, "зеленый мост".

"Green" marketing originates in social marketing. It is the point of view according to which it isn't enough to think only of satisfaction of clients, marketing has to consider interests of society in general. According to the theory of interested parties, when determining the purposes and strategy it is necessary to take into account of all whom activity of the company will concern. This point of view led to strengthening of a tendency of "greening" of the companies. "Green" marketing is interpreted as "the management of the company directed on definition, a prediction and satisfaction of requirements of clients and society when ensuring profitability and stability of growth" [1, p. 53].

"Green" marketing arose in the USA, and roots can be looked for it in 1970, in the movement of an invayronmentalizm which at that time very few people took seriously. According to the research Information Resources, today already 48% of Americans upon purchase pay attention at least to one of indicators of environmental friendliness of goods, whether it be

environmental friendliness of the product, its packing or shop in which it is on sale.

Today popularity of green marketing really grows around the world. It is connected with:

- people became more informed, they learned about ecology more;

- consumers have impact on corporations and governments in the sphere of production;

- quality of what products increased, the branch became more attractive and competitive (today there is no need to make a choice between a qualitative and eco-friendly product - it is possible to receive that and another);

- eco-friendly products became more competitive in respect of the price and reached an availability level.

Ecological and social influence of the company is defined by such three of its measurements:

- technology;

- impact on economy;

- style of the management.

The used technology can be not resource-saving and is capable to cause impurity of environment, but these minuses can usually be reduced in the way modernization. Impact of firm on economy is connected with such questions as employment, acquisition of raw materials and creation of expectations among clients, to satisfy which it can difficult appear. Economic factors can influence ability of the company to become more eco-friendly also. Management style is probably that factor with which it is best of all to begin the "greening" companies; often happens that the firm is able to improve easily the nature protection image, without incurring additional expenses and even (by decrease in waste) saving resources. It is important that the firm avoided decisions "on the end of a pipe" at which, for example, the polluting emissions are filtered at final stages of production instead of not to create them at all. It is connected with what almost always cheaper to operate process so that to avoid pollution, than then to spend money for impurity reduction.

There are some sources of pressure aiming at reforming in these questions:

1. Clients - according to some researches, 75% of the population of the developed countries are guided by these or those ecological criteria, making decisions on purchases. From the point of view of the marketing specialist it is an accurate signal of need to consider environmental issues;

2. Groups of influence of defenders of environment - activity of such groups as "Greenpeace", consists of three directions: information activities which consist in drawing public attention to nature protection problems; direct action, somehow protests or (as a last resort) a clogging of steel probes in trees with the purpose to bring them building chain saws; creation of associations and advisory companies in which lobbyists are recruited in discussions together with representatives of the companies for the purpose of minimizing of damage to environment;

3. Employees - everything more the staff of major companies put pressure upon the management that it adhered more ecologically to friendly policy. Of course, managers are employees;

4. The legislation - ecologically adjusted voters force to adopt the relevant acts; in some countries, in particular in Germany and the Netherlands, Green Parties and are powerful parliamentary groups;

5. Mass media - crashes of oil tankers and other environmental disasters now are news number one, but even foggier questions, like extinction of types, are now covered in news programs of the leading channels;

6. Ethical investments - some banks now say to the clients that won't invest money in ecologically harmful projects. Banks can use this obligation in the advertising, thereby attracting more "green clients".

At this conjuncture in Kazakhstan tendencies which define rather "anti-ecological" nature of managing prove. The attempts made in Kazakhstan throughout a long time to solve environmental problems by means of administrative and legal and economic methods of state regulation still didn't lead to noticeable improvement of a state of environment. And in order that protection of environment became one of the purposes of modern

marketing, it is necessary that it involved increase in profit. Only in this case the producer and the businessman will be interested in the solution of these or those environmental issues and to develop ecological philosophy of business.

In general, the complex system of ecological marketing in relation to the enterprise has to include the following elements:

1. State and legal regulation;

2. Environmental monitoring - continuous tracking of a state of environment, compliance determined by parameters and to indexes (maximum permissible level and maximum permissible concentration), collection of information about quantitative and qualitative characteristics of the polluting substances which are allocated at all stages of life cycle of goods. Results of environmental monitoring have to be available not only to bodies of the state control, but also the consumer;

3. Ecological accounts department - the accounting of costs of ecology, control of target use of the funds allocated for ecology. Here too it is necessary to include concept of "the nature value" in all economic calculations. "The nature value" has well developed criteria, easily is formalized and gives in to an assessment.

4. Quality control - quality management of the let-out products according to the international standards.

5. Marketing communications - a complex of the communications used for carrying out the actions directed on sales promotion and bringing to the consumer of necessary information supporting and the forming "green" image of the organization and its production.

6. Ecological education - a package of measures on integration of ecological knowledge into collective and individual consciousness of personnel resources of the enterprise, formation of ecological culture.

Can seem that "green marketing" consists in the conflict to traditional marketing as the marketing thinking is directed on expansion of business of firm and growth of consumption of its products, and "green marketing" is directed on restriction of growth and decrease in consumption. However the conflict not always is real.

Marketing is actually directed on satisfaction of clients and in itself isn't ecologically unfriendly though it is inherent in some products. If needs of the client become more "green", marketing specialists will consider it and, in turn, "will become green". Broader needs of clients (in the pure and cozy world), apparently, best of all can be satisfied by means of rather social marketing approach. Thus, it is possible to claim that marketing specialists (who already got used to regard clients as of paramount importance of activity of firm) - it is the people capable it is best of all to realize "green policy".

Implementation of "green marketing policy" begins with marketing audit. But in this case the firm shouldn't limit a circle of the interests only to itself, clients and competitors, and to apply broader approach like the analysis of various factors:

1. Social factors - whether influence demographic questions "green thinking"?

2. Cultural factors - whether there is an embedding process of "green values" in system of cultural values?

3. Economic factors - whether will manage "greening" firms too expensive? Or perhaps it will allow us to save money?

4. Physical factors of the environment - whether grow scanty stocks of natural resources and raw materials?

5. Technology factors - whether exist ecologically safe technologies?

6. The international factors - whether it is possible, what the companies from other countries using ecologically safer sources will become our competitors? Whether we create environmental problems in other parts of the world, applying these or those raw materials?

7. Communication and infrastructure factors - whether it is possible to use communication and transport networks more ecologically in the safe way?

8. Administrative and institutional factors - whether there is a probability of what governmental bodies of environmental control and other departments will put upon us pressure?

9. Legal and political factors - whether "the green legislation" will have impact on our company?

"Green clients" it is possible to segment by criterion of "a greens shade". "Green activists" - it is members of the ecological organizations or supporting them. Thinking "in a green way" look for "green products" and try to adhere to "green style" of life. "Green clients" - is those who changed the behavior definitely, having become "more green". At last, "conscious people" - is those who claims that worries about a state of environment (it is considered that 90% of the population of Great Britain belong to this group).

Though social marketing isn't a synonym of "green marketing", in the atmosphere of public opinion existing now they are closely connected with each other. Eventually really "green marketing" approach conducts to that the concept of social marketing gets into all fields of activity of firm - from a choice of sources of raw materials and production decisions to questions of pricing and sale.

The famous Harvard marketing specialist Ted Levitt somehow told: "People don't want to buy a quarter-inch drill. They want a quarter-inch hole in a wall". The similar idea was introduced by one of pioneers of energy efficiency, Emory Louins: "People don't want to buy a cooler or fuel for heating; people want cold beer and a hot shower". In other words, interests them not so much a product, how many those advantages which it provides [2, p. 12].

Advancing what products, many professionals of marketing consider "rescue of the planet" as sufficient argument for the buyer. And buyers are interested in the same meanwhile: comfort, safety, esthetics, availability, status, pleasure. But many marketing specialists continue to sell a product, but not that advantage which it can bring. They in detail explain:

- why the world needs these goods;
- advantages of these goods;
- technical features of goods);
- that their goods don't contain;
- than their goods are better than goods of competitors;
- that will be if everyone buys their goods instead of goods of competitors.

But what marketing specialists hold back how the product solves problems of the buyer, whether it be purity in the house, transportation of the passenger from point "A" in point "B" or a satisfying of hunger. That is why ecological strategy and green marketing so often seem torn off from real life.

It is absolutely easy to sell a qualitative what product to those who already uses energy saving lamps, water counters and besfosfatny laundry detergents. The eco status of a product already has for them special value so many listed arguments really will be important and useful. But the most important task of the eco marketing specialist consists in inclining on the party of the most ordinary person - and the same marketing tools are for this purpose necessary, as at advance of any other products.

EcoAmerica and SRI Consulting non-profit organization conducted a number of the researches urged to define the relation of citizens to environment and proceeding from the conducted researches the following conclusions actual for advance of any "green" goods and services were drawn:

1. Different people understand absolutely different things as "care of environment". Nearly 90% of people assure that they "are anxious with a state of environment". Thus only units mean global challenges like climate change or decrease in a biodiversity. The majority speaks about more local things influencing quality of their own life: quality of air and water, garbage, reduction of green massifs [3, p. 47].

2. Private values - stronger trump, than public.

Dzharen Bernstein from Economic Policy Institute described two opposite models of thinking influencing what activity of people: "We together" and "You in itself". Distinction between these 2 models consists in positioning of people as self-assured and responsible for itself and people, inclined to empathy, cooperation and joint growth. What marketing specialists most often appeal 1 model. To affect people who adhere to 2 models, it is necessary for more "macho" - the marketing creating the eco status and representing the person the defender of an own family, the society or the planet.

3. Complexity of environmental problems makes paralyzing impact on people. There are complex and complex problems as exhaustion of soils or destruction of an ozone layer. They are global and unevident at first sight, and, above all - even not each expert is capable to imagine their consecutive decision. Similar problems will simply paralyze the simple person. Therefore marketing specialists should focus attention on simpler things which the certain person or a family can make really today, having a little changed the habits.

4. Product cost still plays for most of consumers more important role, than its value for preservation of the planet. Here it is worth making a reservation that many researches, such as GfK Roper Consulting or Accenture, reveal quite high percent of the consumers ready to pay more for what products. Thus other researches, such as Landor Associates and Shelton Group Energy Pulse study, say that most of consumers aren't capable to call to a descent any green brand, and two thirds from them don't know how the most part of electricity is made.

Kazakhstan so far only follows a "green" way of development which result by 2050 has to be a steady and effective model of economy. In the next seven years (2013-2020) it is planned to create "green" infrastructure, to optimize use of resources and to increase efficiency of nature protection activity. The volume of investment necessary for transition to "green" economy will make about 1% of GDP annually that \$3-4 billion a year are equivalent. For comparison: South Korea already puts annually 2% of GDP in "green" sector, and investments of China are at the level of 1,5% of GDP with the expected growth to 2% by 2015.

"Green" construction is the practice of construction and operation of buildings aimed at decrease in consumption level material and energy resources at simultaneous preservation and improvement of quality of constructions and comfort of their internal environment. The tendency of "green" construction is in Kazakhstan at an origin stage today: the way is paved for development of bills, scientific and information bases are replenished, the foundation for profile state and non-governmental organizations is laid.

In October, 2013 the Kazakhstan council for "green" construction of KazGBC, one of the main bodies heading process of introduction and distribution of this concept was officially started. One of the first the business center of Park View Office Tower located in Almaty which already practically finished the corresponding process applies for receiving "green" certification on the international standards of LEED and BREEAM in our country. At the same time the first Kazakhstan "green" projects, among which cottage town of Greenville, the KBTU new educational case and the same straw houses of Ergo Group to Almaty, and also the multipurpose Talan Towers and "Green Quarter of EXPO Village" complex in Astana [4, p. 5].

The government actively supports today this direction within the program of development of the country "Energy saving-2020" and the president's initiatives - programs of partnership "Green Bridge". The program of partnership "Green Bridge" was initiated by the Republic of Kazakhstan at the 66th session of the United Nations General Assembly and approved by all states at Conference of the United Nations on a sustainable development as an interregional initiative of a sustainable development which is voluntary and open for participation of all partners. The program assumes close interaction of the countries of Central Asia in providing a sustainable development with assistance of key international institutes and the private sector. In the Program of partnership "Green Bridge" the movement goes in two directions: aside "green technologies", and aside - the "green goods" made on these technologies and ecosystem services.

Alina Paint is a socially oriented brand. On July 1, 2014 the Kazakhstan brand of paint and varnish production of Alina Paint started a large-scale action on restoration of green fund of the country by forces of not indifferent Kazakhstan citizens which captured 18 cities of Kazakhstan. Since July 1, 2014 1 tenge from each kilogram of any production of the Alina Paint brand is deducted in special Fund of Gardening of Kazakhstan [5].

At the heart of philosophy of the Alina Paint brand the idea of magic and harmonious change of world around is put. "Communication of a subject of ecology and paint and varnish production of Alina Paint is simple - environmental friendliness of Alina Paint paints, absolute harmlessness for health are confirmed with the conclusion of SES of the Republic of Kazakhstan and conforms "To uniform sanitary and epidemiologic and hygienic requirements to the goods which are subject to sanitary and epidemiological surveillance (control)" the Customs Union. All actions of the enterprise: the compounding of production of brands, design of packing, action in which she took part is only a small contribution to ecological health of Kazakhstan.

The ECONPO of "Grinspeys" (Temirtau) is an example of quite successful implementation of marketing at the enterprise, working in the conditions of the small industrial city with the extremely limited resources. "Grinspeys" actively is engaged in carrying out public examinations, monitoring of a state of environment, ecological education of school students, and also creation of technologies on processing of waste of industrial production. Now "Grinspeys" is ready to offer a number of development on the market, including: production technologies of abrasive powders from dump converter slags; mineral wool from fiery liquid domain slags; an agloperita from coal preparation waste. Work on creation of technology of processing of waste of metallurgical production comes to an end.

Also search of new sales markets of the production in the country and beyond its limits is conducted. It is promoted by support of "Grinspeys" from other ecological organizations of Kazakhstan, first of all, of the Karaganda Ecological center having stronger resource base, access to the Internet, communications with foreign experts including in the sphere of development and application of clearing technologies, and also broad contacts within the country. Information on production of "Grinspeys" was placed on the server of the Ekolayn organizations (Moscow) and the international Social-and-ecological union.

Apparently, in Kazakhstan though with delay of rather developed countries of the Old and New World, development and expansion of "green" technologies and application of "green" marketing in activity of various organizations is conducted. It gives to hope that in the future Kazakhstan will widely use all ecological components in the business, thereby caring of environment and the population and contributing the share in care of our planet.

The list of the used literature:

1. Peattie K. Green Marketing.- London: M&E Handbooks, 2007.
2. Levynite T. Marketing miopiya: The lane from English T. Vinogradov, D. Rayevskaya, L. Tsaruk, A. Cech; Under the editorship of Yu. N. Kapturevsky//SPb.: St. Petersburg. - 2001.
3. Smrnova E. Ekologic marketing and its bases. - St. Petersburg, 2011.
4. Lyubinayte M., Salapayev U. Young and "green"/Forbes. - January, 2014. - No. 29.
5. www.alinapaint.kz

Гаухар БЕГЕЖАНОВА, магистрант, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АУДИТ - НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ДЛЯ КАЗАХСТАНА

Данная статья рассматривает широкий круг вопросов, связанных с созданием и осуществлением государственного аудита. Особенную значимость подобное расширение горизонта государственного аудита приобретает в связи с тем, что ни один независимый контрольный орган не исследует всю подсистему территориальной экономики в ее целостности.

Ключевые слова: государственный аудит, независимый контроль, бюджет.

Gayhar BEGEZHANOVA, магистрант, Қазтұтыңуодағы Қараганды экономикалық университеті, Қазақстан Республикасы, Қараганды қ., Академическая 9

МЕМЛЕКЕТТІК АУДИТ - ҚАЗАҚСТАН ҮШІН ЖАҢА НАҚТЫЛЫҚ

Мақалада мемлекеттік аудитті жүзеге асыру және құрумен байланысты, кенейтілген ауқымдағы сұрақтар қарастырылған. Бірде бір тәуелсіз бақылау органы жүйе асты территориялық экономиканың бүтіндігін зерттейді, осыған байланысты мемлекеттік аудит ауқымын кенейту негізгі маңызға ие.

Түйінді сөздер: мемлекеттік аудит, тәуелсіз бақылау, бюджет.

Gauhar BEGEZHANOVA, магистрант, Karaganda Economic University Kazpotrebsoyuz, 100009, Kazakhstan, Karaganda, ul. Academic, 9

STATE AUDIT - NEW REALITY

This article examines a wide range of issues related to the creation and implementation of public audit. Special significance this expansion of the horizon state audit becomes due to the fact that no independent monitoring body does not examine the entire subsystem territorial economy in its entirety.

Keywords: state audit, the independent control of the budget.

Сегодня в Казахстане складывается система рыночной инфраструктуры, вносятся изменения в характер и методы экономической деятельности субъектов. Аудит как самостоятельная профессиональная область деятельности становится главным звеном рыночной инфраструктуры, регулирующим взаимоотношения различных субъектов. Понимание сущности аудита необходимо любому человеку, связанному с бизнесом: руководителям, инвесторам, предпринимателям, кредиторам, менеджерам, бухгалтерам.

Государственный аудит - это новое явление в системе государственного управления Казахстана. Он объединяет в себе внешний финансовый контроль, осуществляемый специальными органами государственного управления с целью контроля за исполнением выделенных финансовых средств, и контроль полученных результатов в области политики, экономики, социального развития, экологии и духовной сферы, получаемых как итог деятельности органов государственной власти в ходе использования публичных ресурсов [1].

При осуществлении государственного аудита основными вопросами становятся определение законного и целевого характера расходования средств, а также целесообразность и эффективность принятых управленческих решений, связанных с разработкой и реализацией стратегического плана развития.

Государственный аудит может быть представлен в виде целого комплекса направлений развития объектов наблюдения, показателей оценки эффективности различных программ, управленческой деятельности субъектов бюджетного планирования, и, на наш взгляд, включает три основных блока:

- государственный аудит хода реализации стратегических программ социально-экономического развития;
- государственный аудит эффективности деятельности субъектов бюджетного планирования;
- государственный аудит эффективности исполнения бюджетных доходов и расходов [2].

Первая группа задач, которая возникла перед государственным аудитом, касается целесообразности и необходимости самой программы, точности и реальности ее формулировки. Центральными вопросами государственного аудита, по нашему мнению, должны быть: определение достижимости, точности, обоснованности сформулированных целей; обоснованность и оптимальность выделенных в стратегическом плане мероприятий по достижению целей и получения конечных результатов; точность определения сроков реализации разработанных мероприятий; правильность определения стоимости таких мероприятий; анализ эффективности социальной политики; оценка влияния

экономической политики на изменение уровня жизни граждан; состояния рынка труда и социальной инфраструктуры. Одним из основных путей осуществления государственного аудита эффективности стратегического планирования, по нашему мнению, является разработка критериев оценки результативности принятых управленческих решений.

Вторая группа задач - осуществление текущего контроля за определенной целевой программой со стороны государственного аудита. На определенном этапе реализации программы основные вопросы, стоящие перед государственным аудитом, по нашему мнению, должны быть связаны с определением:

- соответствия процесса осуществления различных мероприятий основным положениям стратегии регионального развития;
- соответствия фактической стоимости и сроков их реализации плановым;
- объемов выделенных финансовых средств;
- необходимых управленческих решений при условии недостатка средств финансирования;
- соответствия расходования финансовых средств требованиям законодательства, объектам и целям программы;
- необходимых управленческих решений для устранения случаев неэффективного и нецелевого использования выделенных средств.

Третья группа задач связана с последующим осуществлением государственного аудита. Основная проблема государственного аудита заключается в том, чтобы оценить степень эффективности разработанных стратегических планов развития. В данном случае необходимо провести анализ имеющейся информации по определенным позициям:

- масштаб и объем реализации программ;
- соответствие достигнутых целей ожидаемым и запланированным;
- причины изменения основных подходов, целей, если таковые имели место;
- конкретные сроки реализации программ и их соотношение с ранее оговоренными сроками;
- причины расхождений окончательных расходов с запланированными и их соотношение.

Оценка эффективности стратегических планов развития, на наш взгляд, поможет не только реально оценить работу органов власти, ответственных за реализацию конкретных стратегических мероприятий, но и позволит определить необходимый алгоритм процедур, связанных с блокированием малоэффективных мероприятий, а также выявить пути и механизмы деятельности по повышению эффективности разработанных мероприятий, что несомненно своевременно в условиях установления лимита расходования бюджетных средств [3].

Таким образом, считаем, что объектом государственного аудита являются не только финансовые ресурсы, которые рассматриваются в качестве одного из средств достижения результатов, но и материальные, трудовые, а также информационные ресурсы.

Подобное расширение горизонта государственного аудита приобретает определенную значимость так как ни один независимый контрольный орган не исследует всю подсистему территориальной экономики в ее целостности. При осуществлении государственного аудита акцент внимания делается лишь на финансовой стороне, не дает гражданам качественной, актуальной, полной информации о том, какие методы управления используются. Поэтому главной задачей государственного аудита является получение достоверной и полной информации о деятельности власти, оценка этой деятельности, предоставление гражданам и обществу полученных по результатам аудита итоговых данных.

Государственный аудит, в основном, охватывает общественный сектор экономики, и связан с проверкой правильности формирования налоговых расчетов и составления деклараций; при осуществлении субъектами государственных заказов, финансируемых из бюджета; при предоставлении субъектам различных форм собственности кредитов, дотаций, субсидий, а также налоговых льгот (вычетов, скидок, налоговых кредитов и т.д.). Объектом государственного аудита, считаем, будет выступать не только бюджетно-налоговая сфера, но весь процесс финансово-хозяйственной деятельности субъектов, связанный с формированием и использованием различных ресурсов. Этим определяется значение и роль государственного аудита как главного инструмента государственного управления социально-экономическими процессами.

По нашему мнению, государственный аудит должен играть важную роль в процессе управления, а его органы являются основным звеном системы управления, поскольку сочетают в себе методы административного контроля, выступают в качестве внешнего контроля по отношению ко всем субъектам, обладают необходимыми полномочиями и определенными функциями.

Чтобы добиться достижения запланированного результата, контроль управления необходимо представить как систему наблюдения и проверки соответствия функционирования подсистемы принятым решениям, а также выработки основных и корректирующих действий посредством принятия управленческих решений. Он выступает как инструмент выявления и предупреждения отклонений, ошибок и рассматривается как элемент деятельности любой системы управления, любого управленческого звена [4].

Независимость и объективность, на наш взгляд, должны выступать в качестве важнейших принципов контроля управления. Основные методы и способы его реализации - это наблюдение, проверка всех сторон деятельности субъекта, бухгалтерский учет, финансовая отчетность и экономический анализ. В процессе управления контроль является элементом обратной связи, поскольку производится по результатам контрольных мероприятий, корректировки ранее принятых планов и управленческих решений. Грамотно и эффективно

поставленный контроль, по нашему мнению, должен иметь стратегическую направленность, ориентированную на конечные итоговые результаты, быть достаточно технологичным и своевременным.

По мере расширения и углубления различных экономических реформ, изменения порядка владения производимыми материальными услугами и благами, их потребления, распределения и использования в содержании, методах и формах контроля должны происходить различные изменения. Ключевое значение, на наш взгляд, имеет активная составляющая мониторинга всех социально-экономических процессов, как организация многоплановых и последовательных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий.

Таким образом, объектом государственного аудита является государственный сектор экономики Казахстана в целом. Он должен охватывать институциональные единицы, относящиеся непосредственно к государственному управлению, субъекты, осуществляющие услуги и товары на коммерческой основе, а также контролируемые государством субъекты, имеющие в своем капитале государственные средства. Только в институциональных единицах, относящихся к управлению и полностью принадлежащих государству, сосредоточено более одной пятой всех долгосрочных активов страны и треть общей численности граждан, занятых в экономике. Институциональные единицы взаимодействуют друг с другом и с частным сектором в процессе производства валового внутреннего продукта, образования, распределения, перераспределения и использования доходов. Совокупность институциональных единиц государственного

сектора образует сложную многоступенчатую, многоуровневую систему, и любая неопределенность, случайность во входных параметрах в нижних уровнях приводит к неопределенностям и случайностям в выходных параметрах подсистем более высокого порядка и системы в целом, а значит, и к ошибочным оценкам достигнутых результатов [5].

Развитие теории создания поля информационного обеспечения государственного аудита, по нашему мнению, будет способствовать вхождению Казахстана в зону формирования информационных основ публичного управления и международного информационного обмена в исследуемой области с учетом обеспечения требуемого уровня безопасности.

Список литературы:

1. Ержанов М.С., Даулетбаков Г.Б., Ержанова А.М., Байдиқов А.М. /Под ред. д.э.н. М.С. Ержанова/ Аудит-1: Учебник - Алматы: Издательство "Бастау". 2005. - 382 с.
2. Антипова Т.В. Классификация объектов государственного аудита и система показателей эффективности их деятельности // Бизнес в законе. № 2, 2008
3. Воронин Ю.М. Государственный финансовый контроль: вопросы теории и практики. - М.: Финансовый контроль, 2005.
4. Зуева И.А. Аудит как форма контроля в государственном секторе экономики // Аудиторские ведомости, 2007, № 4
5. Иванова Е.И. Информационные ресурсы государственного аудита (теория и практика): Монография. - М.: ИИЦ Статистика России, 2008

КЕНЖЕБЕКОВ Н.Д., к.э.н., доцент, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
КАБДЫБАЙ А.К., к.э.н., доцент

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ЕАЭС В ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ

В статье анализируются основные проблемы и пути решения гармонизации технологической политики Казахстана и России для повышения эффективности интеграционных процессов ЕАЭС.

Ключевые слова: ЕАЭС, технологическое развитие, интеграция.

КЕНЖЕБЕКОВ Н.Д., э.э.к., доцент, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
ҚАБДЫБАЙ А.К., э.э.к., доцент

ЕАЭО ЕЛДІҢ ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ ЖҮЙЕСІН ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ДАМУЫҢ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ

Мақалада ЕАЭО интеграциялық жүйесін тиімді арттыру үшін Ресей және Қазақстанның технологиялық саясатын үйлестірудегі негізгі мәселелері мен шешу жолдары талданған.

Түйінді сөздер: ЕАЭО, технологиялық даму, интеграция.

KENZHEBEKOV N.D., *Cand.Econ.Sci., associate professor, Karaganda economic university of Kazpotrebsoyuz*
KABDYBAY A.K., *Cand.Econ.Sci., associate professor*

INCREASE OF EFFICIENCY OF INTEGRATION PROCESSES OF EAES IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

In article the main problems and solutions of harmonization of technological policy of Kazakhstan and Russia for increase of efficiency of integration processes the Euroasian economic union are analyzed.

Keywords: Euroasian economic union, technological development, integration.

Активизация и расширение интеграционных процессов создает новые импульсы для увеличения экономической мощи как России, так и Казахстана, укрепления конкурентоспособности экономик стран и развития торговых потоков на территории ЕАЭС согласно тем же условиям, что и реализация Европейских соглашений.

Исторически сложившиеся тесные экономические связи, а также географическая близость создают предпосылки для быстрого восстановления хозяйственных связей между двумя регионами в рамках Таможенного союза и, должны стать толчком для опережающего роста отраслей специализации экономик двух стран.

Экономическая интеграция играет важнейшую роль в повышении технологических укладов отраслей промышленности и повышении ее качественного уровня до уровня мировых конкурентов. С одной стороны, интеграция способствует обмену высокими технологиями. При этом необходимо учитывать, что в России имеется хорошая база НИОКР, которые не всегда может найти возможности для коммерциализации в промышленности из-за недостаточного финансирования. Данную проблему может решить активная политика государства, сотрудничество с иностранными предприятиями и создание совместных производств на базе местных мощностей. С другой стороны, процессы интеграции на мировом рынке заставляют отечественных производителей подстраивать и доводить свою продукцию до мировых уровней качества, безопасности, экологичности [1].

Основное внимание при этом уделяется исследованию реальных процессов, определяются:

- ядро технологического уклада (отраслевой состав);
- его ключевой фактор (базовое нововведение);
- формирующееся ядро нового уклада;
- страны - технологические лидеры;
- развитые (догоняющие лидеров) страны;
- преимущества данного технологического уклада по сравнению с предшествующим;
- режимы экономического регулирования в странах лидерах;
- международные режимы экономического регулирования;
- основные экономические институты;
- организация инновационной активности в странах лидерах [2].

В Казахстане из-за технологического отставания промышленности достаточно острой является проблема адаптации иностранных технологий к условиям эксплуатации. Технологическая отсталость ряда отраслей промышленности настолько велика, что для них экономически бесперспективно развитие за счет собственных научных заделов, которых, как правило, в этих секторах промышленности и нет. Для России также характерна проблема многоукладности экономики и преобладания 3-4 технологических укладов в структуре промышленного производства.

В этой связи, интеграционные процессы экономик двух стран в части инновационно-технологического развития промышленности должна

быть ориентирована на приобретение иностранных технологий и лицензий с позиции развития цепочки добавленных стоимостей, в первую очередь, экспортноориентированных отраслях.

В тоже время в рамках инновационной и промышленной политики нужно разработать меры по регулированию подобных закупок. Подавляющее большинство предприятий, приобретавших иностранные технологии, не могут найти поставщиков комплектующих, сырья и материалов, необходимого качества (более 90%), каждое третье сталкивается с трудностями при переобучении персонала, каждое седьмое не может найти научную организацию для адаптации иностранных технологий [3].

Таким образом, главным условием эффективности развития является инфраструктурная обеспеченность (рисунок 1).

Из рисунка видно, что в основе системы развития производственного потенциала лежит инфраструктурное обеспечение, которое в свою очередь состоит из:

- инновационной инфраструктуры;
- транспортно-коммуникационной инфраструктуры;
- жизнеобеспечивающей инфраструктуры;
- водохозяйственной инфраструктуры;
- социальной инфраструктуры.

В России и Казахстане появилась возможность для создания целостного механизма, предусматривающего модернизацию накопленного интеллектуального потенциала через систему межнациональных, республиканских, региональных, отраслевых и иных программ.

Эффективность реализации межнациональных программ непосредственным образом зависит от степени и направления государственной поддержки производственно-технологического развития отраслей промышленности.

Определение приоритетов технической политики в части государственной поддержки инновационных программ развития предполагает комплексную оценку проектов, исходя из следующих общих критериев и их составляющих.

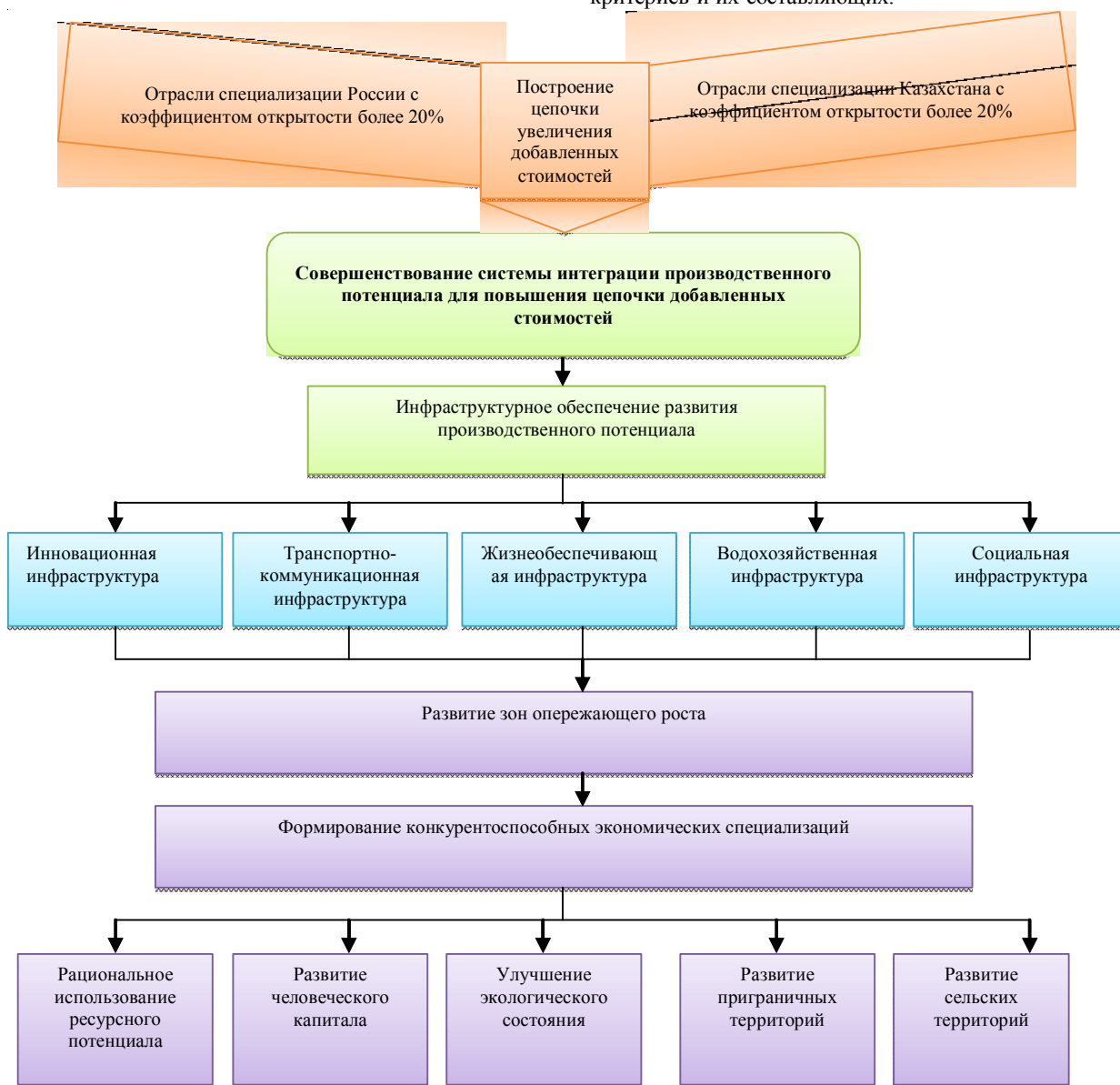


Рисунок 1. Совершенствование системы развития производственного потенциала - как базиса экономических интеграционных процессов

Стратегические, обеспечивающие технологическую и продуктовую безопасность и способствующие структурному развитию экономики:

- обязательная, не подлежащая обсуждению необходимость производства продукции;
- наукоемкая продукция отраслей, имеющих соответствующую развитую научно-производственную базу;
- расширение ресурсной базы производства - продукции, являющейся материалами и комплектующими для выпуска конечной продукции технического назначения (ПТН) и товаров народного потребления (ТНП), включенной в программу;
- продукция переработки основных компонентов минерально-сырьевой базы, в том числе составляющих значительную часть экспорта;
- инвестиционное оборудование.

Внешнеэкономические:

- повышение качественной конкурентоспособности экспортируемой продукции, способствующее росту валютных поступлений;
- расширение номенклатуры экспортируемых товаров;
- импортозамещение.

Инновационные и технологические:

- наличие научных разработок, обеспечивающих развитие инновационной сферы отраслей промышленности;
- наличие высокотехнологичных производств как потенциальных элементов макротехнологий, реализация которых обеспечивает выпуск конкурентоспособной продукции;
- наличие перспективных разработок в области высокотехнологичных производств и макротехнологий;
- развитие инновационной сферы машиностроения;

- развитие инновационной сферы смежных отраслей промышленности.

Межотраслевые:

- ресурсное обеспечение отраслей промышленности высококачественными материалами и комплектующими, способствующее загрузке производственных мощностей в этих отраслях и росту объемов производства конечной продукции;
- увеличение емкости внутреннего рынка продукции ПТН;
- рост спроса на машино-техническую продукцию.

Производственно-экономические:

- рост рентабельности продукции;
- повышение эффективности инвестиций;
- рост инвестиционной активности;
- наличие соответствующего платежеспособного спроса [4].

Любая форма государственной поддержки способствует повышению эффективности инновационной программы. Это могут быть финансирование НИОКР, обеспечение условий закупок зарубежных технологий или высокотехнологичного оборудования, обеспечение льготных условий кредитования инвестиций, содействие в расширении емкости рынка сбыта, поддержка смежных отраслей промышленности, создающая перспективу реализации макротехнологий (таблица 1).

Развитие и оптимизация технологической политики развития цепочки повышения добавленной стоимости на основе интеграционных процессов России и Казахстана в рамках Таможенного союза в целом должно обеспечиваться на основе достижения определенного уровня сбалансированности и соответствия системообразующих элементов. В понимании данного процесса задействованы основные условия, предпосылки и факторы достижения сбалансированного развития экономики страны [5].

Таблица 1 - Перспективы воздействия государственного регулирования на повышение эффективности инновационных программ развития

Элемент государственного регулирования	Позитивные сдвиги в отраслях промышленного производства
Реформа налоговой системы	Рост инвестиций в основной капитал Рост производственных мощностей и изменение их структуры с учетом инновационного фактора
Предоставление целевых кредитов по льготной ставке	Рост инвестиций в основной капитал Увеличение оборотных средств Рост производственных мощностей и изменение их структуры с учетом инновационного фактора Рост объемов производства
Изменение таможенных пошлин (вариант благоприятной для отечественного производителя таможенной политики)	Увеличение закупок импортного оборудования, не имеющего отечественных аналогов Увеличение доли инновационной продукции на внутреннем рынке Импортозамещение за счет освоения и выпуска оборудования предприятиями отечественного машиностроения Изменение технологической структуры активной части основных фондов Рост платежеспособного спроса на продукцию Дополнительные инвестиции в основной капитал и оборотные средства предприятий МСК
Снижение налогов на производство (начислений на фонд оплаты труда)	Рост заработной платы Увеличение доли добавленной стоимости в объеме реализованной инновационной продукции

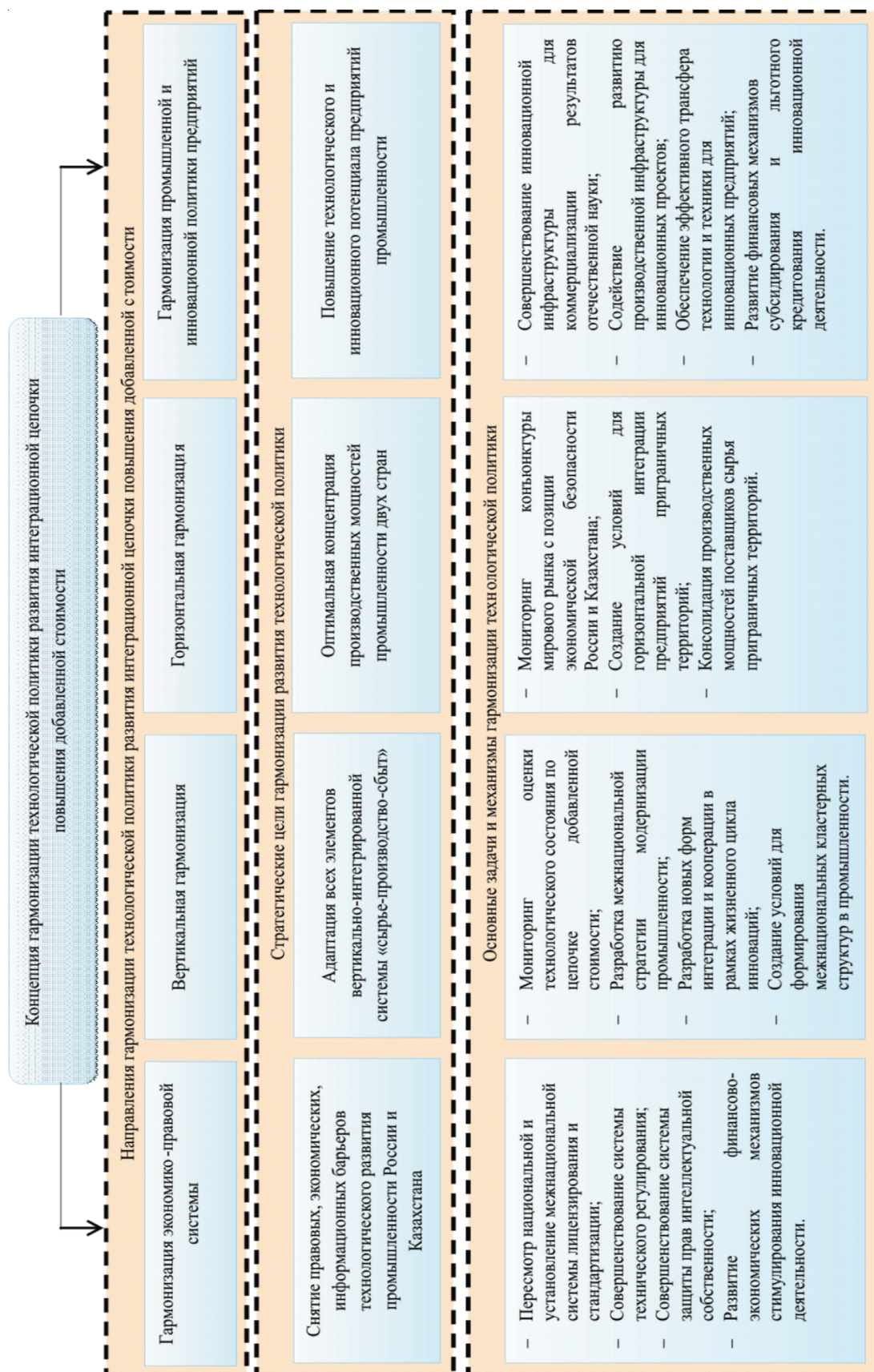


Рисунок 2. Концептуальная схема гармонизации технологической политики развития интеграционной цепочки повышения добавленной стоимости

В этой связи, автором предлагается выделять следующие направления гармонизации технологической политики развития цепочки повышения добавленной стоимости:

- гармонизация взаимоотношений, возникающих по поводу внедрения инновационных технологий, на уровне экономико-правовой системы;
- вертикальная гармонизация, представляющая собой совокупность производителей, оптовых и розничных торговых предприятий функционирующих как единая система;
- горизонтальная гармонизация включает компании одного уровня объединённые для повышения своих конкурентных преимуществ;
- гармонизация промышленной и инновационной политики отдельных предприятий промышленности.

Концептуальная схема гармонизации технологической политики развития цепочки повышения добавленной стоимости представлена на рисунке 2.

Реализация данных подходов предполагает оценку степени соответствия реальных отношений в промышленности и сельского хозяйства и требованиям современного рынка товаров и услуг.

Естественно выделенные направления гармонизации технологической политики развития интеграционной цепочки повышения добавленной стоимости носит условный характер, поскольку рассматриваемые процессы взаимосвязаны и взаимообусловлены, однако данная группировка необходима для детализации стратегических целей и миссии множества различных субъектов гармоничного развития промышленности России и Казахстана.

Выделены следующие основные цели гармонизации системы управления инновациями:

- Снятие правовых, экономических, информационных барьеров технологического развития промышленности России и Казахстана;
- Адаптация всех элементов вертикально-интегрированной системы "сырье-производство-сбыт" при внедрении инноваций;
- Оптимальная концентрация производственных мощностей промышленности двух стран;
- Повышение технологического и инновационного потенциала предприятий промышленности.

Процесс гармонизации технологической политики реализуется через определенные методы, способы и инструменты, которые обеспечиваются на основе сбалансированного и оптимального соотношения всех необходимых элементов системы.

В рамках первой стратегической цели гармонизации технологической политики развития интеграционной цепочки повышения добавленной стоимости необходимо решить следующие задачи:

- Пересмотр национальной и установление межнациональной системы лицензирования и стандартизации;
- Совершенствование системы технического регулирования;
- Совершенствование системы защиты прав интеллектуальной собственности;

- Развитие финансово-экономических механизмов стимулирования инновационной деятельности.

Основными элементами технического регулирования являются технические регламенты, стандарты, процедуры подтверждения соответствия, аккредитация, контроль и надзор. Все эти элементы имеются в том или ином виде, но требуют существенной доработки, так как не соответствуют новым общественно-экономическим реалиям, а также создают необоснованные и избыточные барьеры в торговле [6].

Для надежной защиты своих прав создатели инновации стремятся запатентовать ее в странах - основных потенциальных конкурентах. На практике ведущие фирмы одновременно патентуют свои новинки в индустриально развитых государствах. Правовые системы различных стран предусматривают разные сроки охраны прав собственности на инновацию - от 5 до 10 лет. Этот срок, как правило, соответствует жизненному циклу продукции и технологии. Более того, в современных условиях происходит быстрое сокращение сроков, как разработки, так и рыночной жизни инновации. Потому все собственники инновации заинтересованы в максимально быстрой ее коммерциализации. Некоторые из них способны собственными силами разрабатывать и продавать инновации в материальном виде (продукция, оборудование, средства технологического оснащения, комплектующие изделия) [7].

После прохождения экспертизы в технопарке и доработки проекта во многих случаях остается нерешенным вопрос защиты интеллектуальной собственности. Только у 35% проектов, находящихся в портфеле проектов, имеются патенты и авторские права на изобретения.

В этой связи, на наш взгляд, необходимо совершенствование механизма государственной финансовой поддержки НИОКР на поддержание патентов и обеспечение их защиты при бюджетном финансировании результатов (около 10% стоимости НИОКР идет на защиту патентов).

По второй цели для адаптации всех элементов вертикально-интегрированной системы "сырье-производство-сбыт" при внедрении инноваций необходимо решить следующие задачи:

- Мониторинг оценки технологического состояния по цепочке добавленной стоимости;
- Разработка межнациональной стратегии модернизации промышленности;
- Разработка новых форм интеграции и кооперации в рамках жизненного цикла инноваций;
- Создание условий для формирования межнациональных кластерных структур.

Основным содержанием стратегии инновационного развития вертикально-интегрированных систем в промышленности становится создание производств, реализующих новейший технологический уклад. Результатом реализации должно стать обеспечение конкурентных позиций в перспективных секторах рынка, где отечественная продукция не была ранее представлена, а в отдельных случаях - формирование новых областей спроса, в удовлетворении которого

отечественная продукция играла бы доминирующую роль. В этой связи в перспективе основными задачами структурной политики государства являются [8]:

- повышение инновационной активности и опережающее развитие горнодобывающей и сельскохозяйственной отрасли экономики как основных поставщиков сырья в обрабатывающую промышленность;

- стимулирование процессов кластеризации предприятий, повышения их эффективности, содействие процессам интеграции и образования крупных эффективных и конкурентоспособных компаний при всемерном содействии развитию малого и среднего бизнеса;

- снижение транзакционных издержек деятельности малых предприятий по транспортировке и логистике продукции за счет развития институтов рынков товаров, услуг, труда и капитала, формирования инфраструктуры обеспечения предпринимательской деятельности;

- содействие развитию системы высшего и среднего специального образования, адекватного потребностям модернизации традиционных и развития "новых" технологий в промышленности;

- выведение из оборота неэффективных и максимальная загрузка наиболее эффективных предприятий;

- реализация отраслевых программ и комплексных региональных программ, направленных на повышение эффективности использования ресурсов, с учетом импортозамещения и потребностей внутреннего и внешнего рынка.

Решение этих задач требует усилий по обеспечению притока инвестиций, направленных на модернизацию и замену производственного аппарата, усиления инновационного характера развития, а также мер по поддержанию и созданию общеэкономической инфраструктуры (транспортной, производственной, системы профессионального образования и т.д.), необходимой для снижения транзакционных издержек в экономике и повышения ее эффективности [9].

По третьей цели для оптимизации производственных мощностей промышленности двух стран необходимо решить следующие задачи:

- Мониторинг конъюнктуры мирового рынка с позиции экономической безопасности России и Казахстана;

- Создание условий для горизонтальной интеграции предприятий приграничных территорий;

- Консолидация производственных мощностей поставщиков сырья приграничных территорий.

Оптимизация производственных мощностей предприятий приграничных территорий связана, прежде всего, с ассортиментом сырья и выпускаемой продукцией. Специализация предприятий вызвана разделением труда и возможна на нескольких уровнях:

- предметная специализация - это сосредоточение производства определенных видов продукции конечного потребления, то есть выпуск отдельных видов продукции;

- поддетальная специализация - сосредоточение производства определенных деталей, агрегатов, полуфабрикатов, а также выполнение отдельных

технологических процессов. Используется в машиностроении, где возможно производить сборку на одном предприятии;

- технологическая (стадийная) - превращение отдельных фаз производства или операций в самостоятельные производства;

- территориальная специализация, связана со специализацией сельского хозяйства [10].

С четвертой целью повышения технологического и инновационного потенциала предприятий промышленности, в первую очередь, необходимо решить следующие задачи:

- Совершенствование инновационной инфраструктуры для коммерциализации результатов отечественной науки;

- Содействие развитию производственной инфраструктуры для инновационных проектов;

- Обеспечение эффективного трансфера технологии и техники для инновационных предприятий;

- Развитие финансовых механизмов субсидирования и льготного кредитования инновационной деятельности.

Таким образом, в лице России страны ЕАЭС, в частности и Казахстан видят главный локомотив развития, с которым связывается получение их экономикой нового стимула для технологического развития.

Список литературы:

1. Лещева М.Г. Экономические результаты развития интеграционных процессов в региональном АПК / М. Г. Лещева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2008. - № 1 С. 76-80.

2. Гринберг Р.У. СНГ не может быть второго дыхания потому, что не было первого. www.Viperson.ru. 2007. 7 мая.

3. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. М.: Экономика, 2004.

4. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Национальная стратегия инновационного прорыва // Экономика и управление. - 2006. - №5

5. Галкин Д.Н. Построение инновационной экономики на базе "концепции национальных инновационных систем" // Российское предпринимательство, № 7, 2008, С. 56-59.

6. Комков Н.И., Федулова Л.И., Балаян Г.Г., Бондарева Н.Н. Состояние и перспективы инновационно-технологического сотрудничества предприятий России и Украины // Евразийская экономическая интеграция, №2 (7), май 2010

7. Либман А. Исследования региональной интеграции в СНГ и Центральной Азии: Обзор литературы // www.eabr.org/tr/research/analytics/centre/projects/CIS_CentralAsia/

8. Жатканбаев Е.Б. Национальные интересы Казахстана и вызовы глобализации / Е.Б. Жатканбаев, А.А. Рамазанов, К.И. Байзакова, Г.Т. Куренкеева. - Алматы: Қазақ университеті, 2004. - 246 с.

9. Язев В.А. Страны ЕврАзЭС на пороге нового этапа сотрудничества. Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2010. N 8. С. 19.

10. Цветков В.А. Основные направления посткризисного развития ЕврАзЭС. Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2010. N 8. С. 13.

Жанаргуль КУМИСБЕКОВА, магистрант, Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9,
zhanara-zhanara-2014@mail.ru. + 77711939651

РАЗВИТИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ КАЗАХСТАНА

Данная статья рассматривает развитие оценочной деятельности в современных условиях Казахстана. Особое внимание уделяется на регулирование оценочной деятельности.

Ключевые слова: оценочная деятельность, саморегулирование.

Жанаргуль КУМИСБЕКОВА, магистрант, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық
университет, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш., 9,
zhanara-zhanara-2014@mail.ru. + 77711939651

ҚАЗІРГІ ТАҢДАҒЫ ҚАЗАҚСТАНДА БАҒАЛАУ ҚЫЗМЕТІН ДАМУ

Аталмыш мақала қазіргі таңдағы Қазақстанда бағалау қызметін дамуын қарастырады. Бағалау қызметін реттеу саласына назар аударылды.

Түйінді сөздер: бағалау қызметі, өздігінен реттелу.

Zhanargul KUMISBEKOVA, magistrant, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz,
1000096, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9,
zhanara-zhanara-2014@mail.ru. + 77711939651

DEVELOPMENT OF EVALUATION ACTIVITY IS IN MODERN TERMS OF KAZAKHSTAN

This article examines development of evaluation activity in the modern terms of Kazakhstan. The special attention is spared on adjusting to evaluation activity.

Keywords: evaluation activity, self-regulation.

Оценочная деятельность в Казахстане сформировалась в начале 90-х годов, хотя в развитых странах специальность оценка водится более полувека. Формальное признание специальность получила с принятием в 2000 году Закона "Об оценочной деятельности в РК", которая регулирует отношения, начинающие при осуществлении оценочной деятельности с целью установления рыночной или иной стоимости объектов оценки, устанавливает права и обязанности субъектов оценочной деятельности, где основополагающим принципами являются объективность и достоверность. Как отмечено, в Концепции правовой политики Республики Казахстан на 2010-2020 годы, оценочная деятельность является важным инструментом рыночной экономики, которая требует постоянного внимания и совершенствования. Прямо, в целях совершенствования в Закон "Об оценочной деятельности в РК" от 2000 года внесены изменения и дополнения, отданные правовому положению и полномочиям палат оценщиков, занимающейся разработкой и утверждением правил деловой и профессиональной этической нормы оценщика, обучением и переподготовкой, обеспечением соблюдения оценщиками требований законодательства об оценочной деятельности, стандартов оценки, правил деловой и профессиональной этической нормы.

На сегодня оценочная деятельность действует как самостоятельная сфера экономики и является важнейшим элементом рыночной экономики. Наличие высокопрофессиональных оценщиков возникает одним из определяющих факторов

успешного регулирования собственностью. Эксперты-оценщики имеют все шансы работать в государственных учреждениях и в индивидуальных компаниях, также в банках, страховых и аудиторских компаниях. В рамках рынка здоровой конкуренции самоуправляемые палаты должны гарантировать приток квалифицированных специалистов-оценщиков, обеспечивать повышение уровня профессиональных знаний своих членов, реализовать информационное и методическое обеспечение их деятельности. Таким образом, назрела объективная необходимость перехода от института оценки, функционирующего по формальным признакам, к механизму, ориентиром которого являются профессионализм. Большое значение оценочной деятельности обусловлено тем, что результаты оценки объекта часто являются законным основанием для определения цены торговых сделок с крупным имуществом или иных операций с материальными и нематериальными активами, а также для формирования налогооблагаемой базы. Такая практика установлена законодательством и правилами бухгалтерского учета. Основными развивающимися отраслями оценки являются оценка недвижимости и бизнеса, занимающая около 60% общего рынка оценочной деятельности. После рынка недвижимости и бизнеса, следуют оценка машин и оборудования, нематериальных активов. Нужно отметить тот факт, что оценка стоимости бизнеса значительно сочетается с инвестиционным проектированием, так как прежде чем инвестировать в бизнес денежные средства,

необходимо выяснить его реальную стоимость и определить перспективы дальнейшего развития [1].

Несмотря на то, что начиная с 2002 года, были разработаны и утверждены нормативные правовые акты в сфере оценочной деятельности, качество оценки начало отставать от бурного роста количества оценщиков. По показателям проверки, различие в стоимости одного и того же объекта, оцененного практически в одно и тоже время разными экспертами, очень часто могло раздвигаться в два и более раза. Первой причиной участвовавших случаев недостоверной оценки стал пониженный уровень квалификации специалистов, т.к. выдача лицензий производилась в отсутствие на основании документов об образовании, без проведения квалификационного экзамена. Кроме того, установленные в 2002 году нормы оценки были не точными, они позволяли оценщикам пользоваться устаревшими справочниками, такими как УПВС, опубликованные еще в СССР в 1969 году. В органах статистики не наблюдалась информация о ценах на разные виды имущества, показателях риска и внутренней нормы доходности разных категорий бизнеса, так как единственный заказчик на эту информацию отсутствует. Осуществляемые уполномоченным органом регламентные проверки оценочной деятельности не могли кардинально усовершенствовать положение дел, так как каждым годом составлялось около миллиона отчетов, проверка многих из которых невозможна без специальных знаний, которыми обладают только профессиональные оценщики высшей квалификации. По основанию проверка отчетов была сведена к формальной процедуре рассмотрения их структуры, наличия в ней всех требуемых Правилами разделов и сведений.

По результатам выше перечисленного возникли первые признаки упадка оценочной деятельности как высококвалифицированной профессии. На ней начали действовать лица предлагающие оценить имущество по различной цене, которую назначит заказчик, оплачивающий эту работу. Таких лицензированных псевдо оценщиков с каждым годом становилось все больше, что сформировало в обществе устойчивое недоверие к результатам их работы. И последствия таких действий привело к ипотечному кризису. В этих условиях банки и другие субъекты реальных рыночных отношений начали создавать свои службы оценки, которые в силу корпоративных интересов старались завязать стоимость заложенного имущества, что и явилось первопричиной развития ипотечного кризиса.

Нужно отметить, что уже в преддверии кризиса начала появляться потребность в объективной оценке, в связи с чем встал вопрос о повышении достоверности отчетов, а реализовывать даже выборочную экспертизу отчета уполномоченному органу без помощи квалифицированных оценщиков, стало физически невозможно. Если на первом этапе лицензирования уполномоченный орган мог в течение трех лет проверить работу всех специалистов с выездом на место, то на сегодня для этого не хватит и десяти лет. То есть объективно возникла нуждаемость перехода от государственного регулирования оценочной деятельности к самоуправлению.

Законодательство, регулирующее оценочную деятельность в Республике Казахстан, состоит из закона

Республики Казахстан "Об оценочной деятельности в Республике Казахстан", принимаемых в соответствии с ним иных нормативных правовых актов Республики Казахстан, законов и иных нормативных правовых актов субъектов РК, а также из международных договоров РК. Но также в становлении и развитии оценочной деятельности в Республике Казахстан активное участие принимают самоуправляемые организации оценщиков. Законом предусмотрено помимо государственного регулирования саморегулирование деятельности оценщиков.

Государственная проверка оценочной деятельности - система мер и процедур государственных органов, направленных на повышение качества услуг оценщиков и соответствие их определенным критериям, устанавливаемым профессиональным сообществом оценщиков (саморегулирование) или государственными органами (государственное регулирование) либо совместно. Регулирование развивается в рамках следующих процедур:

- осуждение методических требований к процедурам оценки, которые традиционно формулируются в стандартах оценки;

- определение требований к морально-этическим качествам оценщика, связанным с его независимостью; данные требования формулируются в кодексах профессиональной этики;

- осуждение требований к уровню профессиональной подготовки и опыту практической работы оценщика, которые отражаются в уровне профессиональных званий [1].

Государственное регулирование оценочной деятельности и деятельности самоуправляемых организаций оценщиков в части надзора и нормативно-правового регулирования осуществляется органами исполнительной власти, уполномоченными Правительством Республики Казахстан.

С момента начала оценочной деятельности в РК в 1997 году уполномоченным государственным органом по развитию оценочной деятельности является Комитет регистрационной службы и оказания правовой помощи Министерства юстиции РК. Он выдаёт лицензии и наблюдает деятельность оценщиков.

Однако упорядочение саморегулирование оценочной деятельности - не идеальный инструмент для контролирования оценочную деятельность. В международной практике профессиональные организации экспертов-оценщиков устанавливают проблемные барьеры для вступления в профессию оценщиков. Существует опасность превращения саморегулируемых организаций в закрытые "касты", что снизит конкуренцию на рынке и может отрицательно сказаться на качестве оценочных услуг. Отчасти для предотвращения этого явления и полного саморегулирования оценочных услуг необходимо участие в сертификации оценщиков потребителей их услуг, однако это, в свою очередь, может стать угрозой независимости оценщиков. В представленной ниже таблице приведены базовые преимущества и недостатки систем контролирования за оценочной деятельностью.

Таблица 1 - Сравнительный анализ систем контролирования за оценочной деятельностью

Вид регулирования	Преимущества	Недостатки
Государственное	Подкрепление решений и нормативных актов силой государственной власти. установление равенства контролируемых субъектов, подконтрольность государству контролирующего органа. информированность государственной власти, эффективные рычаги воздействия на подконтрольные субъекты.	Издержки гос. власти на поддержание аппарата контролирующих органов. низкая привлекательность гос. службы в сегодняшний момент, недостаток кадров. Коррупция доминирования публичных интересов, снижает профессиональную общность оценщиков, проблема отчужденности государственной власти от интересов оценщиков, пороки чиновничьего управления.
Саморегулирование	Повышает общность оценщиков как профессии, понимание, профессиональная работа над стандартами. Самостоятельные рычаги влияния на свою деятельность.	Опасность формирования ситуации с возможной "закрытостью", "кастовостью" профессии. Возможность превращения в закрытую систему, неподконтрольную обществу. Возможное взаимное "прикрытие" противоправных действий. Возможно искусственное создание барьеров вступления в отрасль, снижение конкуренции на рынке.
Сочетание государственного регулирования и саморегулирования	Попытка объединить положительные свойства государственного регулирования и саморегулирования ОД.	Неизбежность смещения центра влияния - доминирования либо государственного, либо саморегулирования. Нестабильность системы, возможный распад и не достижение поставленных целей.
Примечание – составлено по [5]		

Уполномоченный орган по контролю проведения оценки - Комитет регистрационной службы и оказания правовой помощи Министерства юстиции РК (КРС) - инициировал принятие закона об оценочной деятельности в новой редакции. В своей концепции законопроекта КРС ссылается на задачи, поставленные главой государства в Послании к народу Казахстана "Стратегия "Казахстан-2050": Новый политический курс состоявшегося государства" от 14 декабря 2012 года. Одной из задач послания является создание условий для перехода бизнеса на самоуправление контроля качества товаров, работ и услуг.

Новый закон создаст условия для монополизации рынка оценочной деятельности Республиканской палатой оценщиков (РПО). Каким образом? В целях исполнения задач послания о саморегулировании КРС предлагает функции контроля и регулирования услуг по оценке передать территориальным палатам оценщиков. Принципиально важным является то, что все территориальные палаты будут обязаны являться членами единого органа - Республиканской палаты оценщиков. Передача функций контроля и регулирования оценочной деятельности от государственного уполномоченного органа игрокам рынка порождает опасность коррупции. РПО получит рычаги воздействия на других субъектов оценочной деятельности благодаря широкому кругу своих полномочий, в число которых войдут плановые и внеплановые проверки организаций-оценщиков, разработка положений правил для оценщиков, экспертиза отчетов об оценке, выдача квалификационных свидетельств оценщикам, ходатайство о приостановлении квалификационных

свидетельств оценщиков или лицензий оценочных организаций [2].

В мировой практике основная цель управления деятельности оценщиков заключается в поддержании конкурентной среды и обеспечении качества услуг оценщиков. В разных странах механизм достижения этой цели различен, в государствах с развитой рыночной экономикой предпочтение отдается механизмам саморегулирования, в государствах же с кризисной экономикой заметно возрастает регулирующая роль государства. Необходимо подчеркнуть, что во всем мире, несмотря на существование значительного числа оценщиков, оценка не считается массовой специальностью. Более того, эта специализация расценивается как элитарная, так как к услугам оценщиков прибегают в большинстве случаев не граждане, а другие профессионалы - брокеры, работающие с недвижимостью, банковские служащие и т.д. Поэтому исторически сложилось так, что в большинстве стран с развитой рыночной экономикой деятельность оценщиков не регламентируется непосредственно государством. При этом высокий профессиональный уровень тщательно поддерживается профессиональными организациями путем принятия и соблюдения стандартов. Исключительными странами являются Италия, Испания, Япония - страны, в которых существует определенное государственное регулирование в форме лицензирования, а также США, где пять лет назад было введено государственное регулирование (лицензирование) оценщиков недвижимости [3].

Также можно было бы проанализировать опыт России и последствия принятия в России поправок в

Закон об оценочной деятельности. Закон был принят еще в 1998 году и с тех пор претерпел множество изменений, оформленных в виде поправок. На сегодня он предусматривает наличие компенсационного фонда, ответственность оценщика в размере убытков, понесенных заказчиком оценки, и саморегулирование. Государственное регулирование оценочной деятельности и деятельности саморегулируемых организаций оценщиков в части надзора и нормативно-правового регулирования осуществляется федеральными органами исполнительной власти, уполномоченными Правительством Российской Федерации (далее также - уполномоченные федеральные органы). Регулирование оценочной деятельности реализуется советом по оценочной деятельности при уполномоченном федеральном органе, осуществляющем функции по нормативно-правовому регулированию оценочной деятельности (далее - совет по оценочной деятельности), а также национальным объединением саморегулируемых организаций оценщиков в части разработки федеральных стандартов оценки, за исключением случаев несоблюдения сроков, предусмотренных программой разработки федеральных стандартов оценки, саморегулируемыми организациями оценщиков в части разработки и утверждения стандартов и правил оценочной деятельности.

Саморегулируемая организация оценщиков вправе:

- рекомендовать интересы своих членов в их отношениях с федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, а также с международными профессиональными организациями оценщиков;

- спорить в судебном порядке акты федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и действия (бездействие) этих органов, нарушающие права и законные интересы всех или части своих членов.

Саморегулируемая организация оценщиков обязана:

- придерживаться требования настоящего Федерального закона, других федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации;

- основывать компенсационный фонд для обеспечения ответственности своих членов перед потребителями услуг в области оценочной деятельности и третьими лицами, а также размещать средства компенсационного фонда на условиях и в порядке, которые установлены статьей 24.9 настоящего Федерального закона;

- реализовать контроль за соблюдением своими членами требований настоящего Федерального закона, федеральных стандартов оценки, иных нормативных правовых актов Российской Федерации в области оценочной деятельности, стандартов и правил оценочной деятельности, правил деловой и профессиональной этики;

- принять в соответствии с требованиями к рассмотрению жалоб внутренние документы саморегулируемой организации оценщиков, в том числе в части установления мер дисциплинарного воздействия при несоблюдении членом саморегулируемой организации оценщиков требований, предусмотренных настоящим Федеральным законом, федеральными стандартами оценки, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в области оценочной деятельности, стандартами и правилами оценочной деятельности, правилами деловой и профессиональной этики;

- применять меры дисциплинарного воздействия, предусмотренные настоящим Федеральным законом, требованиями к рассмотрению жалоб и внутренними документами саморегулируемой организации оценщиков, в отношении своих членов.

Одно из изменений связано с появлением новых статей, касающихся установления компенсационного фонда самоуправляемых организаций оценщиков (СРО). Профессор кафедры оценки и управления собственностью финансового университета при правительстве Российской Федерации В.М. Рутгайзер представил публикацию, где оценил предписание для СРО обязательно формировать компенсационный фонд как ошибочное.

В.М. Рутгайзер отметил, что формирование компенсационного фонда СРО - это чисто российский вклад в организацию деятельности мирового оценочного сообщества и такого фонда не существует у оценщиков США, Канады, Германии, Франции, Англии и других европейских стран. По мнению специалиста, правовые нормы о компенсационном фонде и саморегулируемых палатах оценщиков абсолютно не работают. В связи со сказанным изучение подобного опыта других стран до принятия важных изменений в законе послужило бы на пользу казахстанским законодателям и позволило бы принять законопроект, согласующийся именно с позитивной зарубежной практикой оценочной деятельности [3].

Роль государства в регулировании оценочной деятельности различна в разных странах. Неодинаковы и критерии регулирования. В развитых странах с устойчивыми демократическими традициями, живущих в условиях рыночной экономики, основными институтами для регулирования деятельности оценщиков являются саморегулируемые (общественные) объединения оценщиков. Отнюдь не везде требуется специальное лицензирование оценщиков. В одних странах оценочная деятельность проверяется нормативно-правовыми актами, в других к оценке относятся как к предпринимательской деятельности, которая не подлежит жесткому регулированию, и принципы оценки в таких странах складываются на базе правил, разрабатываемых некоммерческими организациями и объединениями.

Например, для американской модели регулирования оценочной деятельности характерно взаимодействие государственных и частных структур. Полномочия на федеральном уровне имеет Фонд

оценки (TAF). Индивидуального членства в TAF нет, в его состав входят только общественные объединения оценщиков. Кроме того, каждый штат имеет собственный контролирующий орган - комиссию по регулированию оценочной деятельности. Она предоставляет сертификаты и лицензии, осуществляет надзор за соблюдением установленных правил, применяет дисциплинарные взыскания. Члены комиссий определяются губернатором штата из числа независимых оценщиков и представителей общественности. Примечательно, что в США до 1989 г. рынок оценочных услуг был саморегулируемым. Переход к государственному лицензированию был связан с кризисом недвижимости в США. Оценка стоимости недвижимости вышла из-под наблюдения государственных органов, что повлекло массовое проведение недостаточно объективных оценок [4].

В Великобритании правительство делегировало все полномочия по управлению оценочной деятельности своей старейшей организации - Королевскому институту сертифицированных оценщиков (The Royall Institution of Chartered Surveyors, RICS). Этот институт был создан в 1868 году. На сегодня RICS фактически является международной организацией и насчитывает более 130 тыс. членов физических лиц из 120 стран мира. Стандарты оценки RICS составляют методическую основу стандартизации оценки в рамках Европейского союза, что обусловлено историей развития оценки в Великобритании не имеется, а общественная система регулирования имеет большой авторитет, позволяющий пользователям ориентироваться в компетенции и добросовестности оценщиков.

Таким образом, благодаря хорошо организованной рекламе профессиональных организаций, несмотря на то, что заказчики могут прибегать к услугам любых оценщиков на практике они сотрудничают с членами таких организаций. В Англии существует перечень практических положений требований, которые оценщики обязаны выполнять. "Руководство по оцениванию" обязательно к применению практически во всех случаях проведения оценки. В этом документе закреплена необходимость письменно фиксировать факт проведения переговоров оценщика с заказчиком и достижения ими согласия по всем основным вопросам. Установленные Руководством для определенных категорий объектов правила оценки должны применяться только для этих категорий. Оценщики обязаны соблюдать требования о компетентности в той сфере оценки, которая интересует заказчика, а также неукоснительно соблюдать требования законодательства. Называться документ об оценке может только "Отчет об оценке" или "Свидетельство об оценке", другие названия не применяются. Соблюдение указанного руководства является обязательным требованием, его нарушение и отсутствие убедительного обоснования отказа от его применения влекут за собой наложение Королевским обществом специалистов по недвижимости дисциплинарных санкций. Интересно отметить, что в Великобритании не существует государственного регулирования деятельности

оценщиков. Отсутствие такого регулирования привело к развитию добровольной общественной системы регулирования. Именно ее авторитет позволяет пользователям ориентироваться в том, кто из оценщиков достиг приемлемого уровня компетенции и ведет свои дела с профессиональной добросовестностью, и дает возможность самим оценщикам рекламировать свои услуги с позиции своей репутации как людей компетентных и приверженных профессиональным правилам поведения. В частности, отчеты, не подписанные членом RICS или подобной профессиональной организации (например, британской ассоциации оценщиков ISVA), доверием не пользуются и к сведению практически не принимаются. Существует некоторый перечень практических положений требований, следовать которым обязаны британские оценщики всех специализаций:

1. "Руководство по оцениванию" обязательно к применению при любых оценках, за некоторыми особенностями. Эти исключения составляют: общеправовая деятельность, арбитраж, вопросы налогообложения и компенсаций, деятельность агентств по продаже недвижимости.

2. Оценщики обязаны понимать требования клиента. Это означает обязательность дискуссий с клиентом с тем, чтобы прояснить все его запросы. Факт такого обсуждения должен быть подтвержден письменно.

3. Оценка, выполняемая с определенной целью, должна строиться на конкретной, определенной основе.

4. Определенные базы для оценки должны применяться только для тех случаев, которые предусмотрены соответствующими практическими положениями "Руководства по оцениванию".

5. Ограничения, накладываемые на оценщиков. Оценщики обязаны братья лишь за такие оценки, в которых они компетентны. Компетенция оценщика включает знание конкретного вида собственности и рынка, где ее можно найти, а также подразумевает, что оценщик неукоснительно придерживается требований закона и иных нормативных актов. Оценщик вправе привлекать других специалистов, экспертов, оценщиков.

6. Инспекции, осмотры и исследования должны быть адекватными и проводиться для выяснения сути вопроса.

7. Минимальные требования к содержанию отчетов оценщика.

Роль государства в регулировании оценочной деятельности в Германии сильна. Регулирование тесно пересекается с градостроительным законодательством и функциями федерального министерства транспорта, строительства и развития городов. Оценка недвижимого имущества регламентирована достаточно детально. Для оценки объектов недвижимости в Германии действует основанное на федеральных законах руководство по определению стоимости. В Германии есть специализированная ассоциация, которая осуществляет сертификацию оценщиков недвижимого имущества в соответствии с критерием ISO/IEC 17024 [4].

В Японии наблюдалась кризисная экономическая ситуация, связанная с завышением цен на недвижимость, и в настоящее время деятельность оценщиков в этой стране подлежит государственному лицензированию. Профессиональная деятельность японских оценщиков недвижимости контролируется единственной публично признанной организацией оценщиков - Японской ассоциацией оценки недвижимого имущества (JAREA).

Во Франции в основном регулируется оценка недвижимости для суда, а также оценка сельскохозяйственных земель и лесных массивов. Ведется реестр этих категорий оценщиков. Остальные категории оценщиков действуют независимо.

Концепция развития оценочной деятельности на среднесрочный период разработана в целях реализации основных направлений Концепции правовой политики Республики Казахстан, утвержденной Указом Президента Республики Казахстан № 858 от 24 августа 2009 года, а также закона Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам оценочной деятельности". Государственная политика в области оценочной деятельности определяет основные требования к оценщикам и оценочной деятельности, устанавливает правовые основы регулирования и саморегулирования оценочной деятельности. Целью настоящей Концепции является изложение основ государственной политики в области развития оценочной деятельности на современном этапе [5].

Основные задачи Концепции заключаются в следующем:

- обеспечивать защиты прав собственности на имущество за счет объективной рыночной оценки его стоимости;
- формирование и осуществление цивилизованного саморегулируемого рынка оценочных услуг;
- разработка, укоренение и поддержание единых правил добросовестной конкуренции на отечественном рынке оценки
- реализация системы подготовки и переподготовки кадров профессиональных оценщиков;
- формирование и поддержание нормативно-правовой базы оценочной деятельности как одного из стержневых элементов казахстанской экономики;
- совершенствование государственного контроля за деятельностью оценщиков;
- формирование системы общественного контроля субъектов оценочной деятельности;
- защита интересов оценочного сообщества от непредусмотренного законодательством вмешательства государственных органов и должностных лиц;
- обеспечить эволюционный переход от лицензирования к саморегулированию оценочной деятельности.

Самоуправление в Республике Казахстан в настоящее время, также как и в других постсоветских республиках, развито мало. Препятствовало этому, прежде всего, отсутствие законодательной базы для

создания такого рода организаций. Тем не менее, в последние годы наметилась тенденция постепенного внедрения этого института в экономическую и социальную жизнь страны. Обязательное саморегулирование в Казахстане введено параллельно с государственным лицензированием и в оценочной деятельности, хотя название СРО оценщиков Казахстана нигде не встретишь, т.е. такого названия не существует, но фактически функции СРО оценщиков выполняют созданные саморегулируемые палаты оценщиков. Принятия системы саморегулирования приводит к следующим результатам:

- развитие добровольной общественной системы регулирования;
- дает возможность самим оценщикам рекламировать свои услуги;
- дает возможность самостоятельно профессионально работать над стандартами;
- работать, самостоятельно, не завися от государства

Изучение конкретных моделей регулирования в странах, где этот институт функционирует долгое время, представляется ценной инициативой, которая позволит критически осмыслить и, возможно, перенести наиболее удачные схемы на национальную почву. Следует, однако, помнить одну важную деталь, что саморегулирование - это признак развитого гражданского общества. Успешные системы регулирования в других странах развивались десятилетиями, и копирование чужого опыта в казахстанских реалиях может не дать ожидаемого эффекта, по крайней мере в краткосрочной перспективе. Многие казахстанские эксперты считают, что в отечественном законе об оценке необходимо учесть реальные интересы всего оценочного сообщества. В этой связи необходимо обеспечить, чтобы саморегулирование оценочной деятельности не подрывало принцип беспристрастности органов контроля и независимости оценщиков. И, как следствие - для Казахстана более подходящая система - сочетание государственного регулирования и саморегулирования, поскольку использование только одной из методик приведет к не достоверной, не качественной оценочной деятельности.

Список литературы:

1. Концепция проекта Закона Республики Казахстан "Об оценочной деятельности в Республике Казахстан" [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.pospo.kz>
2. Чибисов, Р. Сравнение рынка оценочных услуг [Электронный ресурс] / Р. Чибисов, Е. Масленникова. - Россия и зарубежье. - 2011. - Режим доступа : <http://www.rway-online.ru>
3. А.В. Верхозина, М.А.Федотова "Сравнительный анализ международного и российского законодательства в области оценочной деятельности"; "Интерреклама" 2008;
4. Электронный ресурс: <http://www.ocenka.net/> - Институт профессиональной оценки
5. Косорукова И.В. "Основы оценочной деятельности". / учебное пособие - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005.-198 с.

Assel NALYBEKOVA, 2 magister course marketing specialty, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan. Karaganda, Akademicheskaya str. 9, akimdina92@mail.ru

STIMULATION IN THE PRODUCT PROMOTION SYSTEM IN THE B2B-MARKET

The article presents the questions of the brand supply effectiveness improvement for target group of customers at the b-2-b market. The special attention is given to urgency of marketing communication establishment and sales stimulation improvement in the b-2-b market.

Keywords: b-2-b market, marketing communications, sales promotion.

Әсел НАЛЫБЕКОВА, 2 курстың магистранты, Маркетинг мамандығы, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая 9, 24asel@mail.ru

ТАУАРДЫ В-2-В НАРЫҚ АЛАҢЫНА ЖЫЛЖЫТУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҢЫТАЛАДЫРУ

Мақалада b-2-b нарық алаңындағы мақсатты тұтынушы топтар үшін брендті тиімді ұсыну сұрақтары қарастырылады. Айрықша көңіл маркетинг коммуникациясының орнатылу қағидасының өзектілігіне, және b-2-b нарығындағы өткізуге ынталандыруды көтермелеуіне арналған.

Түйінді сөздер: b-2-b нарық, маркетингтік коммуникациялар, өткізуге ынталандыру.

Асель НАЛЫБЕКОВА, магистрант 2 курса специальности Маркетинг, Карагандинский экономический Университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, 24asel@mail.ru

СТИМУЛИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА В2В-РЫНКЕ

В статье рассматриваются вопросы повышения эффективности предложения бренда для целевой группы потребителей на рынке b-2-b. Особое внимание уделено актуальности установление маркетинговых коммуникации, повышение стимулирования сбыта на рынке b-2-b.

Ключевые слова: b-2-b рынок, маркетинговые коммуникации, стимулирование сбыта.

Marketing and marketing communications are actively developing and increasingly used in the practice of companies in our country. As the marketing approach to business develops, the theory and practice of marketing and marketing communications are increasingly specialized. Separate areas of marketing communications are developed depending on the scope of company's activity, the characteristics of the product, and the channels used to communicate with consumers.

All organizations - large and small, commercial, government, charities, educational and other not-for-profit organizations - need to communicate with a range of stakeholders. This may be in order to get materials and services to undertake their business activities, or to collaborate and coordinate with others to secure suitable distribution of their goods and services. In addition, there are consumers - people who are free to choose among the many hundreds and thousands of product offerings. Marketing communications provides a core activity so that all interested parties can understand the intentions of others and appreciate the value of the goods and services offered.

Traditionally there are five main marketing communication disciplines or tools: advertising, sales promotion, personal selling, public relations and direct marketing. In addition, there are media in which time and space can be bought or used to deliver messages to target audiences. The appropriate mix of these tools and the choice of media have for a long time been largely

predictable. Distinct mixes could be identified for business-to-consumer (b2c) and business-to-business (b2b) audiences. There were variations reflecting particular brand circumstances, but essentially in the b2c market advertising was used to build brand values, sales promotions were used to encourage customer action, and public relations sought to generate goodwill and interest about the company. Personal selling was regarded as the primary tool in b2b markets, but it also had a role to play in retail environments, for example selling consumer durables. In the 1990s direct marketing became a more prominent tool in the mix because technology had enabled a form of communication by appealing personally and directly to the target customer. This change introduced new media formats, and the subsequent development of the Internet and related digital technologies has accelerated change in the marketing communications industry. There are now a myriad of opportunities to reach audiences, with the Internet representing a new, yet challenging, form of communication channel.

At the same time as the media world has splintered into many different parts so have the audiences with whom organizations need to communicate. Consumers now have a variety of different ways to spend their leisure time. Some of those who choose to incorporate the media as part of their relaxation now have access to numerous television channels; all have access to an increasing number of general and specific interest

magazines, a multitude of new cinema complexes and, of course, the Internet, with an explosion of websites offering a seemingly endless source of information, opportunities to buy online and a form of global entertainment. The world of marketing communications is bright, exciting, sometimes unpredictable, yet always challenging and evolving.

Managers are now required not only to find new ways to communicate but also to do so on reduced budgets, and they must account for their communications spend. The development of long-term relationships with customers, whether in b2b or b2c markets, is now an essential aspect of marketing policy. Customer retention is crucial today, and various devices, such as loyalty schemes, are used to shape long-term customer behaviour. Organizations now accept that the tools of the promotional mix are not the only way in which brands communicate. All parts of the marketing mix communicate. The behaviour of employees and the performance of products, the actions of competitors - all serve to influence the way in which each customer perceives a brand. Corporate branding is now recognized as an integral part of the overall communication effort. Corporate reputation and the actions undertaken by organizations are perceived not only in terms of brand values and profits but also in terms of their ethics, and the impact that organizations have on the environment.

Traditionally, marketing has had its focus on the last step in the value chain, i.e. when the private customer buys something. However, before the customer acquires the goods, it has been refined and resold many times. These steps that are taken place before the goods actually reach the end consumer are called Business Marketing. Business marketing is the task of selecting, developing and managing customer relationships for the advantage of both the supplier and the customer, with regard to their respective skills, resources, strategies, objectives and technologies.

Marketing communication is of significant importance in both B2B and B2C markets. It is essential for all firms to communicate its message to customers in order to increase their sale. To be able to communicate efficiently with the customers, firms need to decide which marketing communication concepts they will use.

B2B market has some fundamental differences from the consumer market, what has a significant impact on the strategy and promotion tools used in this area. Firstly, we will define the features of the B2B market, and then, on this basis we will consider the specifics of marketing communications in this area.

Marketing in a B2C world is one-way communication to a passive buyer whereas in a B2B context the buyer is active and interactions take place. When it comes to pricing the B2B marketer need to prove the difference between their product and the competitor's product to the buyer based on hard facts. Marketers in B2C can often rely solely on the brand, advertising and consumers' emotions and the consumers buying decisions is dominated by the initial purchase price.

B2B marketing relies deeply on direct sales and marketers and sales people need to work closely together. A good advertisement can single-handedly create a buyer in B2C, whereas advertisement in B2B

has a different role and due to the smaller amount of customers in B2B, word-of-mouth has a greater effect than what it has in B2C. In B2B the brand tends to have a smaller influence on the buyers whereas in B2C, the power of brands can be a tremendous tool for influencing the buyers.

The target audience of business communications is organizations, but not individuals. So, we can identify a number of features which are specific to client organizations and the B2B market as a whole:

1. Client organizations are relatively few in number in comparison with the final consumer market. A company-manufacturer often can have only 2 or 3 customers because its product is quite specific and can be applied only in a particular field (for example, in the market of means of production). In this situation the loss of at least one client can result catastrophic consequences for manufacturer in terms of business development opportunities. Thus, the significance of each customer in B2B market is much higher than in the consumer market.

2. The buyer decision process is significantly different in the organizational market. A lot of people are involved in the procurement process - the company management, procurement managers, marketing specialists, employees of production and financial departments, etc. Consequently, the buyer decision process becomes much longer and multi-staged, and it requires the compliance with a sufficiently great number of formalities and approvals.

3. Organizations usually buy products batch wise rather than individual units of goods. Here we are talking about procurement, rather than purchases. Therefore, purchase on the B2B market is in a higher degree of risk for a customer, as this refers to quite large investments.

4. Organizations as customers usually possess a sufficiently high degree of competence in relation to selected goods, what imposes certain requirements - firstly, on the quality of information in the vendor's representative materials - brochures, product catalogs, advertising messages, and secondly, on the performance of the company's sales staff which should have high professionalism.

5. Client organizations often do not tend to change suppliers. If a company is able to respond to a client's need efficiently and competently, it will be applied again. On the one hand, this is connected with the desire of customers to simplify the procurement process - repeated purchases take much less time as the process is already arranged; on the other hand, the risk for a client organization with the purchase from one and the same proved supplier decreases.

Thus, the establishment of contact with a potential client on the B2B market is almost always focused on the long term.

In the final consumer market the situation of brand choice is often impulsive and is affected by external factors, the effect of which is difficult to envisage.

However, the constancy of client organizations in the choice of supplier can make some obstacles at the company's entrance to the market, as it is difficult to convince organizations to buy your products if they already have a supplier without any complaints.

6. The B2B market demand often depends on the final consumer market demand.

The growth in demand for certain products in the consumer market leads to the growth in demand for raw materials for the production of these products in the enterprise market.

7. The B2B market development has linear character and is associated with the development of technology, while the development of the consumer market is cyclical and is mainly determined by fashion.

8. We can point out the relatively small budget for marketing communications. Major investments in B2B are made in the improvement of technology and R&D (research and development).

However, these features of client organizations cannot be considered as universal. The organizational market is plural. Characteristics of the client organizations are defined by the field of activities, the scope of organization, the properties of the proposed product / service, and the communication policy of a client company.

The B2B market can be divided by the criterion of the procurement value. The sector of minimum procurements - for example, office supplies, small parts and others - is very similar in its properties to the final consumer market. Here classic marketing schemes and instruments applied in the mass market operate. Clients in this sector tend to be very sensitive to the price of good / service.

The medium procurement sector (means of production, supplies and equipment, and etc.) significantly differs from the final consumer market and meets the above peculiarities of client organizations. This sector is most revealing in terms of the specifics of marketing communications in the B2B area.

The sector of very large procurement having decisive importance for the development of the industry or the state in general (for example, defense, aerospace and other industries) is characterized by a low role of marketing strategies in the procurement process. Here, there are crucial political factors, which ultimately determine suppliers.

So, when considering the specifics of marketing communications in B2B area we will predominantly analyze the medium procurement sector as the most typical.

The overall objectives of marketing communications regardless of activity can be determined as follows:

- The target market definition
- The formation of demand for products / services of organization
- Sales promotion

These objectives have different content filling in the organizational market and in the final consumer market.

At determining the target audience in the consumer market we are talking about identifying common features for large segments of consumers. Customers' profiles are made by socio-demographic, psychological, behavioral criteria, lifestyle characteristics, etc. At the same time not individual consumers but a quite large group of consumers is distinguished.

While analyzing the B2B market's target audience we are talking about certain organizations that are real or potential customers.

The base of such organizations is made with quite detailed description of each of them. The important point is the description of client organization staff's professional roles, as this determines the choice of representatives for the initial contact and affects the structure and the buyer decision process duration. In the future, if there is sufficiently large number of client organizations and they are plural in their important characteristics, they can be grouped by any of features for development of separate strategy to promote each of subgroups.

The product demand making supposes the certain awareness among the target audience about the vendor and its products and the establishment of positive attitude to the proposed product / service. The demand making in the consumer market is influenced by company's clear positioning towards its competitors and by creation of opportunities for a consumer's self-expression with the help of company's products. In the B2B market the rational (utilitarian) buying motivation has fundamental importance; it is important to show opportunities of proposed products to a potential customer specifically for his company, and the basic properties and features of a product / service.

Sales promotion is designed to increase the frequency and size of purchases, motivate the consumer to repeat purchases. In the consumer market these objectives are usually realized through the impact on the price of the supposed goods or offer of additional bonuses with a particular type of consumer behavior. In the B2B market the change of price has usually little effect on the demand for products.

Sales promotion comprises various marketing techniques that are often used tactically to provide added value to an offering, with the aim of accelerating sales and gathering marketing information. Like advertising, sales promotion is a non-personal form of communication, but it has a greater capability to be targeted at smaller audiences. It is controllable, and although it has to be paid for, the associated costs can be much lower than those of advertising. As a generalization, the credibility of sales promotion is not very high, as the sponsor is - or should be - easily identifiable. However, the ability to add value and to bring forward future sales is strong and complements a macroeconomic need that focuses on short-term financial performance.

Sales promotion stems from the premise that any brand or service has an established perceived price or value, the "regular" price or some other reference value. Sales promotion is believed to change this accepted price-value relationship by increasing the value and/or lowering the price. Familiar examples of consumer sales promotion tools include contests and sweepstakes, branded give-away merchandise, bonus-size packaging, limited-time discounts, rebates, coupons, free trials, demonstrations, and point-accumulation systems.

The progression of sales promotion has been spurred by business, especially big business. Top managers and product managers have played direct

roles in encouraging the recent growth of sales promotion. The product manager's goals and desires have provided the initial impetus. Product managers are challenged to differentiate their product in a meaningful way from competitors' products because buyers have many choices among brands and products offering similar satisfactions. Sales promotion techniques provide solutions to this dilemma. Heads of companies today focus increasingly on short-term results. They want sales tomorrow, not next quarter or next year. Sales promotions can provide immediate hikes in sales.

Promotion is therefore one of the elements of the marketing mix, and is responsible for the communication of the marketing offer to the target market. Certainly there is implicit and important communication through the other elements of the marketing mix (through a high price, for example, symbolic of high quality), but it is the task of a planned and integrated set of communication activities to communicate effectively with each of an organization's stakeholder groups. Marketing communications are sometimes perceived as dealing only with communications that are external to the organization, but good communications with internal stakeholders, such as employees, are also vital if successful favorable images, perceptions and attitudes are to be established, in the long term

Three issues clarify sales promotion. First, sales promotion ranks in importance with advertising and requires similar care in planning and strategy development. Second, three audiences can be targeted by sales promotion: consumers, resellers, and the sales force. And third, sales promotion as a competitive weapon provides an extra incentive for the target audience to purchase or support one brand over another. This last factor distinguishes sales promotion from other promotional mix tactics. For example, unplanned purchases may be directly related to one or more sales promotion offers.

Sales promotion can be carried out here through the influence on the final consumer market's demand. For example, while motivating final consumers use a certain product more often, we stimulate demand for components for its production in the B2B market.

Thus, the objectives of marketing communications in the organizational market have a number of substantial differences from those in the consumer market.

There is no universal definition of sales promotion, and there are many interpretations of the subject. Different sources also give the definitions of sales promotion that are different with emphases on certain specific features of this field of communications.

1. "Sales promotion is a direct incentive motive that supports products all the way in the market from the producer to the consumer". [1, p. 147]

2. "... Sales promotion is a complex of incentive techniques, which are mostly short-term, designed to accelerate or increase the purchase of certain goods or services by customers or resellers" [2, p. 536].

3. "Sales promotion includes a variety of short-term incentives which are usually offered on a temporary or territorial basis, to stimulate immediate purchase and accelerated sales of products" [3, p. 78].

4. "Sales promotion refers to a set of incentives used to initialize sales" [4, p. 96].

5. "Consumer promotion is massive personal marketing communication with the consumer, based on the brand's temporary offer of added bonuses or values when making a purchase" [5, p. 412].

In the last quote the definition does not mean the entire complex of stimulation, but only one of its components - the stimulation of final consumers.

The stimulation of distribution channels' participants is carried out by a manufacturer in relation to wholesale or retail trade or by a wholesaler in relation to retail trade in order to accelerate the promotion of goods through the channels of distribution.

When we stimulate resellers, they can be considered both as buyers and sellers providing movement of goods through the channel of distribution, so they can be applied by three methods of stimulation.

1. Stimulation of purchase: for example, discount for wholesale purchase.

2. Stimulation of sale: for example, bonuses for the realization of all purchased goods within the stated period of time.

3. Stimulation of purchase and further sale: discount on the purchase of parcel of goods offered with the condition that the entire amount of discounts or its part will be spent by buyer on advertising of purchased goods for further sale. In this case, buyers advertise both themselves and the product of a seller.

Stimulation of company's own sales staff is conducted within the firm for the intensification of the sales process. These activities include awards for sales, competition for the best seller, and so on.

While planning and conducting sales promotions the complex approach is important, when the whole chain of goods movement from the producer to the final consumer is activated. The most common mistake is non-stimulation of sales staff.

References:

1. Baranovsky S.I., Lagodich L.V. Strategic marketing. Data-computing center of Ministry of Finance, 2005. - 299 p.

2. Braerty E. Business marketing. Moscow: Grebennikov Press, 2007. -736 p.

3. Burtseva T.A., Sizov V.S., Tsen' O.A. Marketing management: textbook - Moscow: Economist Press, 2005. - 223 p.

4. Minett S. Industrial marketing: fundamental new approach to the marketing tasks decision. Moscow: Williams Press, 2003. - 208 p.

5. Write P. B2B-marketing. Moscow: BalanceBusinessBooks Press, 2007. - 624 p.

БАҚЫТ НАСАКАЕВА, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник научно-исследовательского института новой экономики и системного анализа, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г.Караганда, ул. Академическая 9, +7-7212-441624 (6500)

ЖАНСАЯ ТУЯКОВА, магистрант, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, zhansaya_7777@mail.ru, +77212441534 (185)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В данной статье рассматривается текущее состояние рынка труда и проблемы обеспечения занятости населения в Республике Казахстан. Рассматриваются реализуемые государственные программы по поддержке и повышению занятости населения в РК.

Ключевые слова: занятость, экономически активное население, рынок труда, безработица, самозанятые.

БАҚЫТ НАСАКАЕВА, экономика ғылымдарының кандидаты, жаңа экономика және жүйелік талдау ғылыми-зерттеу институтының аға ғылыми қызметкері Қазақтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ. Академическая көш, 9, +7-7212-441624 (6500)

ЖАНСАЯ ТУЯКОВА, магистрант, Қазақтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ. Академическая көш, 9, zhansaya_7777@mail.ru, +77212441534 (185)

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Аталмыш мақалада Қазақстан Республикасындағы еңбек нарығының ағымдағы жағдайы және халықты еңбекпен қамту проблемалары қарастырылған. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасында халықты еңбекпен қамтуды қолдау мен дамытуға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар қарастырылған.

Түйінді сөздер: еңбекпен қамту, экономикалық белсенді халық, еңбек нарығы, жұмыссыздық, өздігімен жұмыспен қамтылғандар.

BAKYT NASSAKAYEVA, Ph.D., Senior Researcher Research Institute of the new economy and system analysis Kazpotrebsoyuz Karaganda Economic University, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya street 9, + 7-7212-441624 (6500)

ZHANSAYA TUYAKOVA, MS student, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya street 9, zhansaya_7777@mail.ru, +77212441534 (185)

CURRENT STATE OF THE LABOR MARKET IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

The given article examines the current state of the labor market and problems of employment in the Republic of Kazakhstan. Realizable state programs on support and increase of employment in the Republic of Kazakhstan are considered.

Keywords: employment, the economically active population, labor market, unemployment, self-employed.

Актуальным вопросом социальной модернизации является создание эффективной модели социально-трудовых отношений. За два десятилетия независимости РК сфера занятости претерпела колоссальные изменения. Численность занятого населения выросла более чем на 700 тыс. человек, достигнув 8,4 млн. человек. Из занятого населения 1/3 составляют так называемые "самозанятые". В этой категории есть владельцы частных подворий, имеющие скот (по сути, мелкие фермеры), частные извозчики на собственном автотранспорте, владельцы нескольких квартир, сдающие их в аренду. Значительную часть самозанятых составляют трудоспособные люди, имеющие непостоянную работу.

Социальная модернизация в Казахстане, должна быть прежде всего направлена на повышение качества жизни всех казахстанцев, сокращение числа бедных и

недопущение социальной маргинализации. "Главные ориентиры развития социальной сферы до 2050 года заключены в конкретных индикативных цифрах. Нам надо в 4,5 раза увеличить показатель объема ВВП на душу населения - с 13 тысячи долларов до 60 тысяч долларов. Казахстан станет страной с преобладающей долей среднего класса" - говорится в Послании Президента РК Н.А.Назарбаева народу Казахстана [1]. Иными словами в стране формируется массовый средний класс.

Для рынка труда республики характерно ежегодное повышение экономической активности населения. За последние 12 лет с увеличением численности занятых с 7,4 млн. человек (в 2001 году) до 8,9 млн. человек (в 2013 году) изменилась ее качественная структура. Основные индикаторы рынка труда представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные индикаторы рынка труда в Республике Казахстан

	2001	2005	2010	2011	2012	2013
Экономически активное население, тыс. человек	7479,1	7901,7	8457,9	8610,7	8774,6	8981,9
Занятое население, тыс. человек	6698,8	7261,0	7903,4	8114,2	8301,6	8507,1
Наемные работники, тыс. человек	3863,3	4640,5	5238,8	5409,4	5581,4	5813,7
Самостоятельно занятое, тыс. человек	2835,5	2620,4	2664,6	2704,8	2720,2	2693,4
Безработное население, тыс. человек	780,3	640,7	554,5	496,5	473,0	474,8
Уровень безработицы, %	10,4	8,1	6,6	5,8	5,4	5,3
Уровень молодежной безработицы, % (в возрасте 15-24 лет)	19,1	13,4	6,7	5,2	4,6	3,9
Уровень молодежной безработицы, % (в возрасте 15-28 лет)	16,1	11,5	8,5	6,6	6,3	5,4
Уровень долгосрочной безработицы, %	7,6	4,3	2,5	2,2	2,1	2,5
Экономически неактивное население, тыс. человек	3175,8	3476,9	3500,3	3487,7	3477,3	3538,7
Примечание - Данные Агентства РК по статистике [2]						

Таблица 2 - Доля МСП в ВВП

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Оценка вклада малого предпринимательства в валовой внутренний продукт, %	17,8	17,5	20,4	18,6	20,4	20,2	17,5
Примечание - Данные Агентства РК по статистике [2]							

Если в 2001 году в структуре наемных работников доля молодежи составляла менее 20%, то сегодня она превышает 30 %. Почти в 5 раз произошло снижение уровня безработицы среди молодежи - с 17,3% в 2002 году до 3,8% в 2013 году. Это в конечном итоге повлияло и на рост их доходов. О росте заработной платы свидетельствует динамика поступлений пенсионных отчислений. Объем пенсионных накоплений молодежи, участвующей в накопительной пенсионной системе не более 6 лет, равен и даже превышает накопления лиц, участвующих в системе с начала ее введения.

Если при введении социального страхования количество женщин получающих пособия за счет Государственного фонда социального страхования было 198 тысяч, то за 4 года их количество выросло до 320 тысяч с ежегодной динамикой роста в 13%.

В развитых странах мира сектор малого предпринимательства вносит значительный вклад в формирование ВВП. Сегодня в Казахстане также предпринимаются шаги для широкого распространения и развития данного сектора экономики. Развитие малого и среднего бизнеса - вот главный инструмент индустриальной и социальной модернизации Казахстана в XXI веке. Чем больше доля малого и среднего бизнеса в нашей экономике - тем более устойчивым будет развитие Казахстана. У нас действуют более 800 тысяч субъектов малого и среднего бизнеса, в них работает 2,4 миллиона казахстанцев. Объем продукции этого сектора вырос за четыре года в 1,6 раза и составляет более 8,3 миллиарда тенге [1]. Согласно глобальному рейтингу Казахстан входит в группу стран с самыми благоприятными условиями для ведения бизнеса. Так, для создания благоприятного делового климата в стране совершенствуется

нормативно-правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность, законодательно укрепляется институт частной собственности, снижается налоговая нагрузка на бизнес, упрощаются процедуры открытия предприятия, осуществляется комплексная поддержка бизнеса в виде финансовых и нефинансовых мер. Благодаря этим мерам малое и среднее предпринимательство (МСП) в нашей стране стало явлением массовым и относительно динамичным (таблица 2). По сравнению с 2005 годом общая численность зарегистрированных субъектов МСП увеличилась в РК более чем на 70%.

В 2013 году число зарегистрированных субъектов МСП превысило 1,7 млн. единиц, что составляет примерно 95% от общего количества всех хозяйствующих субъектов в стране. Ежегодные темпы роста сектора МСП в докризисный период составляли в среднем 12%. Отрицательная динамика наблюдалась в 2011 году, но к 2013 году на фоне общих восстановительных процессов ситуация выровнялась. В региональном разрезе наибольший процент активных субъектов малого предпринимательства сосредоточен в Южно-Казахстанской (15,3%), Алматинской (13,9%), Восточно-Казахстанской (9%) областях и г. Алматы (11%), это частично объясняется большой плотностью населения в южных регионах, что говорит о большей степени развитости в них сферы торговли и услуг (таблица 3). Наименьшая доля активных субъектов МСП приходится на Мангистаускую (3,5%), Западно-Казахстанскую (3,4%) и Кызылординскую области (2,6%), где в основном сконцентрированы крупные добывающие предприятия. Развитие сектора МСП играет большую роль в решении проблем занятости населения [3].

Таблица 3 - Численность занятых в малом предпринимательстве

человек

	Всего	в том числе		
		предприятия малого предпринимательства	индивидуальные предприниматели	крестьянские (фермерские) хозяйства
2012 год				
Республика Казахстан	1 737 750	539 285	771 939	426 527
Акмолинская	72 753	22 462	39 082	11 209
Актюбинская	69 476	23 271	35 931	10 274
Алматинская	212 272	32 066	64 838	115 368
Атырауская	55 222	18 820	32 805	3 597
Западно-Казахстанская	58 554	17 409	31 881	9 264
Жамбылская	99 066	15 651	25 794	57 621
Карагандинская	134 973	46 936	67 064	20 973
Костанайская	88 703	26 103	51 201	11 399
Кызылординская	37 278	13 503	20 601	3 174
Мангистауская	46 762	19 239	26 138	1 385
Южно-Казахстанская	249 568	42 766	66 362	140 440
Павлодарская	80 845	33 100	40 295	7 451
Северо-Казахстанская	57 747	17 288	33 301	7 158
Восточно-Казахстанская	162 797	52 908	82 726	27 163
г. Астана	98 901	45 832	53 066	4
г. Алматы	212 834	111 931	100 856	47
2013 год				
Республика Казахстан	1 707 852	500 591	831 425	375 836
Акмолинская	68 498	19 692	40 704	8 102
Актюбинская	69 875	20 410	39 652	9 813
Алматинская	210 052	37 650	67 532	104 870
Атырауская	52 535	14 359	35 169	3 007
Западно-Казахстанская	55 106	12 763	33 735	8 608
Жамбылская	90 584	14 289	27 433	48 862
Карагандинская	142 140	52 393	71 806	17 941
Костанайская	87 164	23 158	53 289	10 717
Кызылординская	45 298	19 694	22 330	3 274
Мангистауская	47 017	15 288	30 485	1 244
Южно-Казахстанская	225 115	40 227	63 008	121 880
Павлодарская	77 080	25 880	44 749	6 451
Северо-Казахстанская	58 777	15 863	37 466	5 448
Восточно-Казахстанская	163 648	51 461	86 597	25 590
г. Астана	109 184	48 274	60 904	6
г. Алматы	205 779	89 190	116 566	23
Пр и м е ч а н и е - Данные Агентства РК по статистике [2]				

В январе 2014 года по сравнению с январем предыдущего года количество активных субъектов увеличилось на 6,9%. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 48,7%, крестьянских (фермерских) хозяйств - 22%, предприятия малого предпринимательства - 29,3%. Доля населения, активно занятого в МСП составила 19% от экономически активного населения страны. Динамика данного показателя с периода 2005 года по настоящее время имеет тенденцию роста. В сравнении 2011 года с 2013 годом выросла доля занятых в МСП в сфере строительства, торговли, транспорта и связи. Важным показателем качественного развития данного сектора является структура МСП в разрезе отраслей (таблица 4).

Однако вклад малого бизнеса в ВВП национальной экономики в течение последних 5-6 лет все еще сохраняется на незначительном уровне - около 20%, в то время как в развитых странах доля ежегодных объемов выпуска продукции субъектами МСП достигает от 43% (Канада) до 57% (Германия). Таким образом, основную долю ВВП страны создает крупный бизнес (нефтегазовой и металлургической сектора), на долю которого приходится 70% ВВП. Поэтому вопрос качественного развития предпринимательского сектора в стране является одним из главных аспектов развития национальной экономики.

Таблица 4 - Самостоятельно занятое население по видам экономической деятельности

	2011	2012	2013
Все население			
Самостоятельно занятые, всего	2 704 751	2 720 223	2 693 469
в том числе:			
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	1 676 832	1 591 287	1 519 533
Промышленность	34 305	40 028	35 373
горнодобывающая промышленность	-	-	-
обрабатывающая промышленность	34 305	40 028	35 373
электроснабжение, подача газа, пара	-	-	-
водоснабжение; канализацион. система	-	-	-
Строительство	110 869	140 254	154 550
Оптовая и розничная торговля; ремонт	596 985	603 543	624 214
Транспорт и складирование	130 360	148 508	174 705
Услуги по проживанию и питанию	22 824	31 143	26 450
Информация и связь	5 837	6 431	13 517
Финансовая и страховая деятельность	-	1 872	-
Операции с недвижимым имуществом	27 131	27 492	15 965
Профессиональн, научная и технич. деят	4 845	7 730	6 862
Деятельность в области админис. обслуж.	5 687	4 091	3 549
Гос. управление и оборона; обяз.соц.обес	-	-	-
Образование	12 963	19 842	17 647
Здравоохранение и социальные услуги	6 638	10 233	14 325
Искусство, развлечения и отдых	8 928	12 103	16 685
Предоставление прочих видов услуг	44 013	57 752	78 203
Примечание - Данные Агентства РК по статистике [2]			

Хотя показатель доли предприятий МСП в общей численности всех предприятий в Казахстане практически достиг среднемирового уровня (98-99%) и составляет 95%, показатель доли населения, занятого в секторе МСП, в общей занятости гораздо ниже, чем в развитых странах (50-70% экономически активного населения).

Одной из самых актуальных проблем для развития среднего и малого бизнеса по-прежнему остается проблема финансирования: высокие ставки вознаграждения при малых сроках кредитования. Согласно официальным данным НБ РК, средняя эффективная ставка составляет 12,7% годовых, а средний срок кредитования - 25 месяцев. В разрезе отраслей кредитование МСБ в меньшей степени реализуется в секторе сельского хозяйства (5,37%), транспорта и связи (5,95%), строительства (5,65%). Наибольшую долю кредитования составляет сектор торговли (36,7%), промышленности (31,6%) и сфера услуг (14,7%) [3]. По мнению экспертов, данная тенденция сохранится в ближайшее время. Однако, учитывая, что в аграрных регионах вклад МСБ в валовый региональный продукт значителен, следует увеличить долю выдаваемых кредитов именно в эти регионы.

Несмотря на наличие определенных проблем в развитии сектора МСП в нашей стране, следует отметить, что история частного предпринимательства Казахстана насчитывает всего 20 лет. Это недолгий путь становления и развития малого бизнеса в нашем государстве. Имеющиеся в настоящее время недостатки можно расценивать как огромный потенциал для дальнейшего развития.

Сегодня Правительством РК реализуется ряд мероприятий, направленных на дальнейшее укрепление,

усиление, положительное развитие национальной экономики в целом, и сектора МСП в частности [5]. Одной из ключевых задач является создание конкурентной среды и благоприятного предпринимательского климата. На сегодняшний день наблюдается заметный прогресс в институциональной составляющей бизнес-среды. Так, Казахстан в последние годы последовательно улучшает бизнес-климат, при этом, опережая страны БРИК и Восточной Европы, в результате чего повышаются позиции страны в рейтинге Всемирного банка Doing Business (64 - в 2008 году, 63 - в 2009 году, 58 место в 2010 году и 47 - в 2011 году). В целом, деловой климат в Казахстане в международном сравнении оценивается как умеренный.

Реализуемая в настоящее время правительством страны Программа "Дорожная карта бизнеса 2020", несет определенный эффект. В ходе проведенного опроса фондом "Даму" среди предпринимателей в декабре 2012 года выяснилось, что больше всего возросли показатели чистой прибыли (в среднем на 33%) и удовлетворенности клиентов (в среднем на 30%). Показатели рентабельности, численности наемных рабочих и выручка увеличились в среднем на 27%. Производительность и стоимость бизнеса возросли в среднем на 20%, объем налоговых отчислений увеличился на 19%, средний размер зарплаты сотрудников - на 17% [6].

По оценкам предпринимателей в 98% случаев задуманная цель по их проектам, в рамках участия в программе "Дорожная карта бизнеса 2020", в большей или меньшей степени была реализована. При этом у 54% предпринимателей цель реализована полностью, 39% предпринимателей почти или в большей степени

достигли поставленной цели. Лишь 7% предпринимателей считают цели своих проектов реализованными в меньшей степени. При этом ни один из респондентов не считает свою цель вообще не реализованной.

Также следует уделить внимание формированию системы обучения и подготовки кадров для предприятий на селе, в том числе менеджеров, маркетологов аграрных рынков, руководителей малых сельскохозяйственных предприятий, обеспечить расширение масштабов подготовки специалистов для предпринимательской деятельности в целом. На активную занятость населения влияет также разработанная по поручению Главы государства и реализуемая с 2013 года Программа "Занятости 2020" [7]. За период реализации программы охвачено более 200 тыс. человек, из республиканского бюджета выделено 95 млрд. тенге. Участниками являются 27% самозанятые, 66% - безработные, 6% - малообеспеченные [5].

В рамках первого направления Программы завершили обучение 60 тыс. человек, из них на постоянные рабочие места трудоустроено 39 тыс. человек. Это направление дает возможность получить новую специальность, повысить квалификацию, соответственно, трудоустроиться.

Микрокредитование на селе, являющееся вторым направлением Программы, предусматривает не только формализацию и рост занятости самозанятых сельян, формирование из них индивидуальных предпринимателей, но также дает возможность открывать новые рабочие места. В период реализации Программы кредит получили более 8 тыс. человек, основам предпринимательства обучены около 11 тыс. человек.

В 2013 году Программа была расширена еще одним направлением "Развитие инфраструктуры села". В рамках данного направления капитальный ремонт, текущий ремонт, реконструкцию прошли 309 объектов социальной инфраструктуры, за счет чего обеспечены рабочими местами чуть более 7 тыс. человек. Апробация программы в регионах показала реальное действие используемых инструментов, их влияние и адресную направленность на нуждающиеся в социальной поддержке категорий населения, фактическое дохождение выделяемых средств до конечного получателя (в самую сельскую глубинку) и решение накопившихся проблем в обществе. Достигнута договоренность по объединению усилий по реализации программы с Фондом развития предпринимательства "Даму" и Фондом финансовой поддержки сельского хозяйства. Меры по созданию рабочих мест и содействию занятости позволили обеспечить рост экономической активности и снижение уровня безработицы с 5,4 до 5,2%. Надо отметить, что среди стран Содружества это наиболее низкий показатель [6].

Несмотря на позитивную динамику, на рынке труда сохраняются определенные проблемы. Главными из них являются образовательная структура трудовых ресурсов и наличие непродуктивной занятости. Примерно 30% занятых работников не имеют среднего и высшего профессионального образования, более трети занятого населения это так называемые самозанятые. Сложившаяся ситуация вызывает особую озабоченность и в связи с прогнозируемым дефицитом трудовых ресурсов - до 2021 года в трудоспособный возраст вступает поколение, рожденное в сложные, в

демографическом отношении, 90-е годы. Однако, как справедливо отметил в своих программных выступлениях Глава государства, в стране имеет место неравенство населения по доходам. В первую очередь это обусловлено межотраслевой и межрегиональной диспропорциями в оплате труда, а также внутри отдельных предприятий. Имеет место задолженность по выплате заработной платы. Неудовлетворенность состоянием оплаты труда ведет к социальной напряженности и создает реальную угрозу общественной безопасности.

Решение этих проблем необходимо увязать со следующими преобразованиями:

1. Поэтапное приближение минимального размера заработной платы к прожиточному минимуму трудоспособного населения, что обеспечит не только воспроизводство рабочей силы на физиологическом уровне, но и удовлетворение минимальных социальных потребностей.

2. Формирование национальной системы квалификации, которая позволит установить зависимость заработной платы от квалификационных компетенций и обеспечит прозрачность и управляемость системы оплаты труда, основанная на единых требованиях к квалификации работников и выпускников. До 2020 года предполагается поэтапно разработать 3500 профессиональных стандартов по 21 виду экономической деятельности.

3. Реформирование системы оплаты труда гражданских служащих.

Новая модель уменьшит разрыв в уровнях оплаты труда работников частного и государственного секторов, будет способствовать дальнейшему повышению престижа гражданской службы и, в конечном итоге - содействовать улучшению качества предоставляемых государственных услуг населению. Малый бизнес и самозанятость населения являются наиболее эффективными источниками создания новых рабочих мест и снижения безработицы. Отсюда вытекает необходимость создания благоприятных условий для развития предпринимательства. Необходимо обеспечить доступ широких слоев населения к участию в малом бизнесе через льготное кредитование и микрофинансирование, что в конечном итоге положительно повлияет на качественную и количественную структуру рынка труда.

Список литературы:

1. Послание Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана "Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее". Астана 18 января 2014г.
2. Статистический сборник "Экономическая активность населения Казахстана 2009-2013" - Агенство РК по статистике, Астана, 2014 г.
3. Нұрлы жол - путь в будущее. Послание Президента страны народу Казахстана 11.11.2014
4. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014гг.
5. Программа занятости населения на 2011-2015 годы.
6. Программа Дорожная карта занятости-2020 Постановлением Правительства Республики Казахстан от 19 июня 2013 года № 636.
7. "Программа - Занятость 2020" Новая стратегия занятости.

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

АНАЛИЗ МОДЕЛИ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ЗАО "ЭЛЕКТРОНИКА"

Данная статья рассматривает широкий круг вопросов, связанных с вопросами осуществления анализа трансфертного ценообразования организации - как важнейшего элемента современной стратегии бизнеса. Особое внимание уделяется особенностями расчета трансфертных цен.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, себестоимость продукции, финансовый результат.

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

ТРАНСФЕРТТІК БАҒА ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҮЛГІЛЕРІН ТАЛДАУ ЖӘНЕ ОНЫҢ "ЭЛЕКТРОНИКА" ЖАҚ ҚАРЖЫЛЫҚ КӨРСЕТКІШІНЕ ӘСЕРІ.

Аталған мақала кәсіпорынның трансферттік баға қалыптастыру талдауы мен байланысты кең ауқым сұрақтың қарастырады - қазіргі стратегия бизнесінің ең маңызды элементі. Трансферттік баға есебіне өзгешелік ерекше көңіл болуін білдіреді.

Түйінді сөздер: тарнсферттік баға қалыптастыру, өнімнің өзіндік құны, қаржылық көрсеткіш.

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

ANALYSIS MODEL TRANSFER PRICING AND ITS IMPACT ON FINANCIAL RESULT ZAO "ELECTRONICS"

This article examines a range of issues relating to implementation of the transfer pricing analysis of the organization - as an essential element of modern business strategy. Particular attention is paid to the peculiarities of calculation of transfer prices.

Keywords: transfer pricing, product costs, financial results.

Рассмотрим модель трансфертного ценообразования, применяемую в ЗАО "Электроника". В связи с тем, что ЗАО "Электроника" входит корпорацию Electronics, на предприятии применяется модель трансфертного ценообразования, разработанная для всей группы компаний. Данная модель уникальна и является смешанной: в ней используется, как и внутренний хозрасчет, так и аллокации. В основе управленческого учета ЗАО "Электроника" лежит разделение всех затрат на, так называемые, кост-центры, а доходов - на профит-центры. Кост-центры и профит-центры привязаны к конкретному ЦФО организации.

Кост-центр / профит-центр имеет общефирменную установленную головным офисом корпорации кодировку, имеющую следующий вид:

ХХХ000000, где первые 2 латинские буквы - код страны (в ЗАО "Электроника" это всегда приставка RU), третья буква и первые четыре цифры - код ЦФО (например, для бухгалтерии - это буква F), предпоследняя и последняя цифры могут быть только нулем, единицей или двойкой и означают следующее:

1. если предпоследняя цифра 0 (ноль) - это означает, что данный вид расходов/ доходов будет относиться целиком на данный ЦФО;

2. если предпоследняя цифра 1 (единица) - это свидетельствует о том, что данный вид доходов или расходов будет в 100% соотношении отнесен на отдельный, так называемый, внутренний ордер (internal order), то есть будет иметь место трансферт расходов/ доходов на другое предприятие группы компаний. Для ЗАО "Электроника" открыто несколько таких внутренних ордеров. Себестоимость услуг (товаров), перевыставляемых другой компании группы определяется методом нормативных затрат;

3. если предпоследняя цифра 2 (двойка), то данные доходы/ расходы будут перевыставлены по всем имеющимся у компании открытым внутренним ордерам. Это так называемые расходы / доходы shared all (делящиеся на всех). Пропорция, согласно которой распределяются расходы по внутренним ордерам, определяется ежемесячно отделом финансового планирования, исходя из полученных данных в целом по компании и по группе компаний.

Таблица 1. Кост-центры и профит-центры в разрезе ЦФО

	ЦФО	Кост-центры	Профит-центры
Центры прибыли	Отдел продаж профессионального оборудования	RUB113000, RUC225000	RUX300000
	Отдел продаж аудиотехники	RUA15500	RUX400000
	Отдел продаж видеотехники	RUV125300	RUX500000
	Отдел продаж ноутбуков	RUL131200	RUX200000
	Интернет-магазин www.electronica.store.ru	RUS111200	RUX100000
	ЦФО	Кост-центры	Профит-центры
Центры затрат	Административный отдел	RUF940000, RUF400000	RUH100000
	IT-отдел	RUF500000, RUF420000	
	HR-отдел	RUF100000	
	Бухгалтерия	RUF200000	
	Отдел внутреннего контроля	RUF300000	

Последняя цифра в кодировке предназначена не для управленческого а для налогового учета компании: 0 (принимаемые для целей учета прибыли расходы компании), 1 (нормируемые для целей учета прибыли расходы, например, рекламные), 2 (не принимаемые для целей учета прибыли расходы). Для профит-центров последняя цифра всегда 0 (поскольку все доходы компании учитываются для определения налогооблагаемой базы для прибыли).

Ниже представлена таблица 1 кост-центров и профит-центров в разрезе ЦФО.

Также следует отметить, что каждый сотрудник ЗАО "Электроника" имеет свой центр затрат, он присваивается ему непосредственно при приеме на работу. Для сотрудников, которые работают в интересах нескольких ЦФО, присваивается несколько кост-центров, пропорционально предполагаемому затрачиваемому времени. Для некоторых сотрудников, чью работу сложно оценить в разрезе всех ЦФО и теоретически подразумевается, что они работают на все отделы в целом, применяется кодировка с предпоследней двойкой и расходы, тем самым, распределяются по всем внутренним ордерам и на компанию в целом, согласно пропорции [1]. Кост-центры и профит-центры в разрезе ЦФО приведены в таблице 1.

Рассмотрим на практических примерах использование кост-центров.

Пример 1. Применение аллокаций.

ЗАО "Электроника" осуществило покупку двух настольных ламп по цене 1180 рублей за штуку, в т.ч. НДС для отдела бухгалтерии и Интернет-магазина. В бухгалтерском и управленческом учете будет сделана запись:

Д-т 10 "Материалы" К-т 60 "Расчеты с поставщиками" - 2000 рублей

Д-т 68 "Расчеты по налогам и сборам" К-т 60 "Расчеты с поставщиками" - 360 рублей.

В конце месяца материалы будут отнесены на общехозяйственные расходы компании: Д-т 26 "Общехозяйственные расходы" (кост-центр RUF200020) - К-т 10 "Материалы" 1000 рублей. (для целей учета расходов отдела бухгалтерии)

Д-т 26 "Общехозяйственные расходы" (кост-центр RUS111200) К-т 10 "Материалы" - 1000 рублей.

На основании использования данного пример видно, что если бы на предприятии не применялись бы аллокации, то расходы на покупку данных товаров были бы отнесены в смету Административного отдела, который отвечает за закупку канцелярских принадлежностей. Однако известно, что данные товары были приобретены для других ЦФО компании и было бы нецелесообразно относить данные расходы на Административный отдел.

Пример 2. Применение внутреннего хозрасчета (внутренние ордера).

ЗАО "Электроника" были оказаны юридические услуги по вопросам открытия нового филиала на сумму 600 000 рублей (НДС не облагается). Расходы несет ЦФО отдел внутреннего контроля. Известно, что открытый филиал будет функционировать в интересах не ЗАО "Электроника", а Electronics Europe. Руководством компании принято решение перевыставить данные услуги Electronics Europe в конце месяца.

В бухгалтерском и управленческом учете будут сделаны следующие записи: Д-т 26 "Общехозяйственные расходы" (кост-центр RUF300010, внутренний ордер RU000000010) - К-т 60 "Расчеты с поставщиками" - 600 000 рублей. В конце месяца при выставлении счетов для предприятий группы компаний, для которых в ЗАО "Электроника" открыты внутренние ордера, будет сделана следующая запись на счетах бухгалтерского и управленческого учета: Д-т 76 "Расчеты с

¹ Для удобства последние 2 цифры кодировки взяты за нули, но на практике они могут быть любыми в зависимости от конкретной ситуации

разными дебиторами и кредиторами" К-т 91.1 "Прочие доходы" (профит-центр RUH100000).

Далее расходы кост-центра и внутреннего ордера списываются в Д-т 91.2. "Прочие расходы" К-т 26 "Общехозяйственные расходы" (кост-центр RUF300010, внутренний ордер RU000000010) на сумму 600 000 рублей.

Следует отметить, что помимо 100 % расходов, перевыставляемых посредством трансфертного ценообразования, ежемесячно для каждого предприятия группы Electronics, с которым у ЗАО "Электроника" заключены договоры о сотрудничестве, складываются и другие расходы, такие, как доля расходов на персонал, который работает в интересах той или иной взаимозависимой компании; доля услуг, которые оплачивает ЗАО "Электроника" за компании группы и другие. В конце месяца эти расходы аккумулируются, и выставляется общий счет для всех взаимозависимых с ЗАО "Электроника" компаний.

В свою очередь, ежемесячно ЗАО "Электроника" получает к оплате счета от взаимозависимых компаний внутри группы Electronics, которые также понесли некоторые расходы не в своих интересах.

Возникает вопрос, с какой целью группа компаний Electronics применяет трансфертные цены? Ведь на первый взгляд учетный процесс трансфертного ценообразования выглядит очень трудоемким, а выгода по операциям - сомнительная.

Во-первых, учетный процесс трансфертного ценообразования, применение аллокаций не является трудоемким, если у предприятия имеется современная информационная база, отвечающая всем управленческим требованиям. ЗАО "Электроника" ведет бухгалтерский и управленческий учет в программе SAP R/3, которая отвечает этим требованиям, и использование детализации в виде кост-центров и профит-центров у бухгалтера занимает совсем немного времени.

Во-вторых, предприятиям группы компаний выгодно использовать трансфертные цены для внутренних расчетов, поскольку появляется возможность для перевода активов в страны с льготным налогообложением.

В-третьих, по группе компаний в целом аккумулируются объективные данные о том, как работает конкретное предприятие, каковы его реальные доходы и расходы, насколько оно убыточно. По одному предприятию в целом представляется возможным оценить, как работает конкретный ЦФО.

Проведем анализ влияния метода нормативных затрат на финансовый результат ЗАО "Электроника".

Для определения уровня трансфертных цен предприятие использует следующие показатели:

- 1) предельные (маржинальные) издержки;
- 2) альтернативные (вмененные) издержки для компании в целом, означающие максимальный вклад в прибыли, который компания имела бы в том случае, если бы товары обменивались внутри компании, а не продавались вне компании.

Если внешний (по отношению к подразделениям) рынок существует, то вложенные

издержки в расчете на единицу продукции - это рыночная цена минус средние переменные издержки ($P - AVC$), т. е. маржинальная прибыль на единицу продукции.

Если же внешнего рынка для подразделений компании не существует, то альтернативные издержки будут равны нулю; но они также могут являться упущенными возможностями от продаж производственных мощностей или упущенной прибылью от их использования в производстве другой продукции [2].

Компания "Электроника" имеет два производственных подразделения: производственный департамент и департамент сборки. Производственный департамент изготавливает микросхемы, причем значительную часть продукцию забирает департамент сборки, осуществляющий комплектацию и сборку компьютеров. Следовательно, производство подразделения-поставщика в точности равно спросу департамента сборки. Процесс трансфертного ценообразования в этом случае может быть проиллюстрирован графической моделью, представленной на рисунке 1.

В ЗАО "Электроника" имеются следующие основные нормативные данные на производство единицы продукции для производственного департамента (таблица 2).

Постоянные расходы распределяются на основе расчетного объема производства [3].

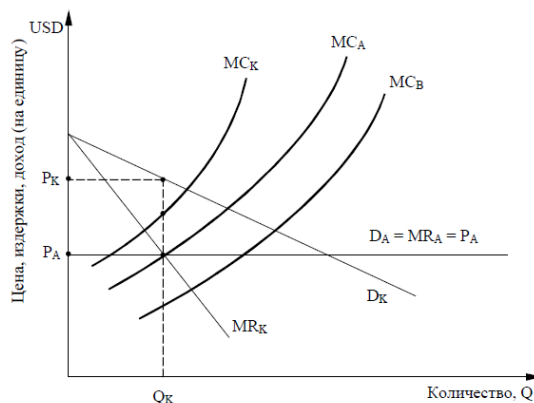


Рисунок 1 - Модель трансфертного ценообразования при отсутствии внешнего рынка

- Dk - спрос на продукцию компании,
MRk - предельный доход компании,
DA - спрос на продукцию подразделения А,
MRA - предельный доход подразделения А,
MCA - предельные издержки подразделения А,
MCB - предельные издержки подразделения В,
MCK - предельные издержки компании,
представляющие собой результат вертикального суммирования MCA + MCB,
PK, QK - цена и количество продукции, максимизирующее прибыль компании.

Таблица 2. Нормативные затраты на производство единицы продукции для производственного департамента

Нормативные затраты на производство единицы продукции	Ставка	тыс. руб.
Прямые затраты на материалы		70
Прямые затраты на оплату труда		20
Переменные производственные накладные расходы		10
Итого переменные (маржинальные) расходы		100
Постоянные накладные расходы		40
Постоянные коммерческие и административные расходы		10
Итого постоянные расходы		50
Всего затрат		150
Маржинальная прибыль	40%	60
Цена, заявленная внешним покупателям		210

Распределение осуществляется при помощи аллокаций (таблица 3).

Таблица 3. Расчетный объем производства для производственного департамента

Расчетный объем производства	штук
Внутрифирменные трансферты	150 000
Внешние продажи	100 000
Всего производство	250 000

Предположим, что переменные затраты могут использоваться в качестве маржинальных затрат, то основанная на них трансфертная цена составит 100 тыс. руб. Если фактические затраты и объем производства совпадут с плановыми значениями, то передающее производство понесет убытки в сумме 1,5 млн. руб. (таблица 4).

Таблица 4. Убытки при установлении трансфертной цены на основе маржинальных затрат

Доходы	Тыс. руб.
Внутрифирменные трансферты: 150 000 * 100	15 000 000
Продажи вне фирмы 100 000 * 210	21 000 000
Итого доходов:	36 000 000
Расходы	Тыс. руб.
Всего затрат: 250 000 * 150	37 500 000
Убыток = 36 000 000 – 37 500 000	- 1 500 000

Если бы производственное подразделение продало все микросхемы на внешнем рынке, оно получило бы доход в размере 15 000 000 тыс. руб. (маржинальная прибыль * объем продаж = 60 тыс. руб. * 250 000 штук). Таким образом, не получена прибыль из-за того что 150 000 штук были проданы на внутреннем, а не на внешнем рынке, в размере 16500 млн. руб. (110 тыс. руб. * 150 000 штук или 1500 млн. руб. + 15000 млн. руб.). Это и есть альтернативные затраты.

С другой стороны, если рыночный спрос не превышает 100 000 штук, то мощности производственного подразделения, задействованные при производстве 150 000 штук для передачи департаменту сборки, будут простаивать, если не будет реализован этот внутренний заказ.

В этом случае не возникают альтернативные затраты, а постоянные накладные, коммерческие и административные расходы остаются, и они могут быть распределены не на 250 тыс. шт., а только на 100 тыс. шт. То есть, если внешний рынок не способен купить более 100 тыс. шт., то производственное подразделение нейтрально отнесется к поставке еще 150 тыс. шт. по цене 100 000 руб. за шт. департаменту сборки. При этом убыток в размере 1500 млн. руб. от наличия или отсутствия внутреннего заказа не меняется (таблица 5).

Таблица 5. Продажи по ценам равным маржинальным затратам не изменяют убытки производственного подразделения

Результаты производственного подразделения	Вариант 1	Вариант 2
Объем производства, в том числе:	100 000	250 000
для внутренней передачи	0	150 000
для продажи на внешнем рынке	100 000	100 000
Доходы		
Трансфертная цена	100 тыс. руб.	100 тыс. руб.
Цена, заявленная внешним покупателям	210 тыс. руб.	210 тыс. руб.
Итого доходов:	21 000 000 000	36 000 000 000
Расходы		
Маржинальные (переменные) расходы	10 000 000 000	25 000 000 000
Постоянные расходы (250 тыс. шт. * 50 000)	12 500 000 000	12 500 000 000
Итого расходы	22 500 000 000	37 500 000 000
Убыток	-1 500 000 000	-1 500 000 000

Если бы производственное подразделение могло продать на рынке более 100 000 штук изделий, то оно негативно бы отнеслось к внутренней поставке департаменту сборки единиц продукции по цене 100 000 руб., равной маржинальным (переменным) затратам.

Итак, использование маржинальных затрат в качестве трансфертной цены ставит продающее подразделение в невыгодное положение, за счет того, что вынуждает его продавать продукцию ниже полной себестоимости. В этом случае продающее подразделение осуществляет скрытое субсидирование покупающего подразделения.

Руководство ЗАО "Электроника" принимает решение о том, чтобы установить трансфертную цену на уровне 140 тыс. руб. (см. Табл. 1; маржинальные расходы + постоянные производственные они же накладные расходы; 100 тыс. руб. + тыс. 40 руб.; постоянные коммерческие и административные расходы не включают в себестоимость для производственного подразделения, так как они относятся к компании в целом). В этом случае финансовые результаты производственного подразделения выглядят гораздо более оптимистично (таблица 6).

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что установленная трансфертная цена не дает такой прибыли как при продаже такого же количества единиц на внешнем рынке, но тем не менее

она обеспечивает покрытие постоянных затрат, что уравнивает упомянутый выше негативный стимул для производственного подразделения. Однако, по мере увеличения трансфертных затрат, их воздействие на покупающий департамент снабжения может привести к проблемам неоптимального решения для компании в целом.

Предположим, что департамент снабжения может приобрести те же комплектующие у стороннего поставщика по цене 130000 руб. При трансфертной цене в 140000 руб. департамент снабжения может предпочесть покупать по 130000 руб. продукцию, которая могла производиться самой компанией при переменных затратах равных 100000 руб. Несмотря на то, что покупающее подразделение "сэкономило" бы 10000 руб. на каждой микросхеме (140000 - 130000), компания понесла бы убытки в размере 4500 млн. руб. (таблица 7).

Данный убыток предполагает, что альтернативные затраты свободных производственных мощностей составляют 30 тыс. руб. на единицу. Если на высвободившихся производственных мощностях могут производиться альтернативные товары, и, если, например, 150000 единиц могли бы быть проданы вне фирмы по заявленной цене, то ЗАО "Электроника" оптимизировала бы свои производственные ресурсы, покупая комплектующие вне фирмы (таблица 8).

Таблица 6. Прибыль производственного подразделения при установленной трансфертной цене

Доходы	Тыс. руб.
Внутрифирменные трансферты: $150\ 000 * 140$	21 000 000
Продажи вне фирмы $100\ 000 * 210$	21 000 000
Итого доходов:	42 000 000
Расходы	Тыс. руб.
Всего затрат: $250\ 000 * 150$	37 500 000
Прибыль	4 500 000

Таблица 7. Убытки при осуществлении закупок на внешнем рынке:

Маржинальные затраты на производство	100000 руб.
Затраты при покупке у внешнего поставщика	130000 руб.
Убытки на единицу продукции	30000 руб.
Итого убытки, $150\ 000 * (- 30\ 000)$:	- 4500000000 руб.

Таблица 8. Прибыль при оптимизации производственных ресурсов и покупке комплектующих на внешнем рынке

На одно изделие:	Тыс. руб.
Заявленная цена	210
Маржинальные затраты	- 100
Маржинальная прибыль	$210 - 100 = 110$
Убытки при покупке вне фирмы	- 30
Доход	80
Итого прибыль	$150\ 000 * 80 = 12\ 000\ 000$ руб.

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что сумма маржинальных затрат продающего подразделения и альтернативных затрат при использовании ресурсов составляет 210000 руб. за единицу продукции. Это и есть та минимальная трансфертная цена, которую продающее подразделение может взимать, не создавая компании убытков. Однако эта трансфертная цена превышает 130 руб. - планку, диктуемую преобладающей рыночной ценой.

На наш взгляд, руководству ЗАО "Электроника" следует принять следующее решение: компании не следует осуществлять трансферт микросхем, пока рыночная цена составляет менее 210 руб.

Проведенный анализ использования различных трансфертных цен показал, что наиболее справедливой является трансфертная цена, установленная выше суммы маржинальных затрат и альтернативных издержек, и ниже рыночной цены.

Подводя итог проведенному исследованию, сделаем следующие основные выводы:

1. На основе сравнительного анализа налогового законодательства в РФ и за рубежом выявлены следующие отличия: различный подход к определению рыночной цены, отсутствуют и отдельные специалисты, занимающиеся вопросами трансфертного ценообразования. Новая редакция НК РФ существенно сближает российское налоговое

законодательство и зарубежный опыт налогового контроля за трансфертным ценообразованием, но полностью не устраняет существующие проблемы и недостатки.

2. В основе управленческого учета ЗАО "Электроника" лежит разделение всех затрат на, так называемые, кост-центры, а доходов - на профит-центры. Кост-центры и профит-центры привязаны к конкретному ЦФО организации.

3. Проведенный анализ использования различных трансфертных цен показал, что наиболее справедливой является трансфертная цена, установленная выше суммы маржинальных затрат и альтернативных издержек, и ниже рыночной цены.

Список литературы:

1. Димитриади Г.Г. О повышении эффективности работы коммерческого банка на основе системы трансфертного ценообразования - М.: КомКнига, 2006 - 36 с.

2. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А. Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы - <http://www.bugalteru.ru/article/msfo/1295/>

3. Шагурин С.В., Шимко П.Д. Экономика транснационального предприятия // Изд-во Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, СПб, 2008.

Жасулан ТОСҚАНБАЕВ, 2 курс магистранты, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш., 9, zhasulantoskanbaev@mail.ru, 87078679183

АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІНДЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ ТИІМДІЛІГІ

Аталмыш мақалада агроөнеркәсіп кешенінде инновациялық технологияларды қолдану тиімділігі жайлы қарастырылған. АӨК дамыту бойынша негізгі салалар көрсеткіші талданған, сонымен қатар басты назарға елдің мал шаруашылығы алынған.

Түйінді сөздер: агроөнеркәсіп кешені, инновация, жаңа технология, мал шаруашылығы, егін шаруашылығы, тиімділік.

Жасулан ТОСҚАНБАЕВ, магистрант 2 курса, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, zhasulantoskanbaev@mail.ru, 87078679183

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

В данной статье рассмотрено об эффективности использования инновационных технологии в агропромышленном комплексе. Проведен анализ показателей основных направление этой отрасли, а также дан акцент развития животноводства в стране.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, инновация, новая технология, животноводство, растениеводство, эффективность.

Zhasulan TOSKANBAYEV, master student, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, zhasulantoskanbaev@mail.ru, 87078679183

EFFICIENCY OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN AGRICULTURE

This article discusses the effectiveness of the use of innovative technologies in agriculture. The analysis of the main indicators of the direction of the industry, as well as the emphasis given to the development of livestock in the country.

Keywords: agriculture, innovation, new technology, animal husbandry, crop production, efficiency.

Кез келген ел бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізу үшін инновацияны қажет етеді. Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, тұрақты экономикалық өсуге қазіргі ғылым мен техниканың жетістіктерін белсенді пайдалана отырып, инновацияның негізінде жетуі мүмкін. Тек осы жағдайда өнеркәсіптің тиімділігі, әлемдік және ішкі нарықта бәсекеге қабілетті өнім шығаруы жоғары болады. Жалпы АӨК саласында отандық белсенді-инновациялық кәсіпорындар көп емес. Сондықтан да Елбасы елдегі инновациялық белсенділіктің артуына, инновациялардың дамуына, инновациялық қызметке мемлекеттік қолдаудың көрсетілуіне баса назар аударып отыр.

Агроөнеркәсіп өндірісінде инновацияны игеру тәжірибесі негізінде технологиялық, техникалық құралдар мен қондырғылар, нақты агроклиматтық және өндірістік жағдайларды есепке ала отырып өсімдіктің жаңа немесе жетілдірілген сорты мен нәсілді малдарды қолдану қажет. Сол үшін инновациялық үрдістерді дамыту, инновациялық қызметтердің жаңа түрлерін құру, агроөнеркәсіп өндірісінің аймақтық ерекшеліктерін есепке алу, ғылыми техникалық және инновациялық саясатты қалыптастыруға әдістемелік жанауларды негіздеу

өте өзекті мәселеге айналуға және өз шешімін табуы қажет етеді. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, инновациялық қызмет мемлекеттік басқаруды және едәуір қаржыны салуды талап етеді. Инновациялық қызметке төмендегі факторлар әсер етеді: ғылыми-зерттеу жұмыстарына жұмсалатын шығын көлемі; ғылыми сыйымдылығы жоғары өнімді жасауға қабілетті ғылыми қызметкерлердің саны; бітіруші мамандардың саны мен сапасы; инновациялық қызметтің инфрақұрылымы; инновация негізінде еңбек, материал және қаржы қорларын тиімді қолдануға қабілетті салалық басқаруды ұйымдастыру.[1]

Агроөнеркәсіп кешенін инновациялық басқарудың негізгі мақсаты жаңа өнімдер жасап, оларды өндіріске ендіру болып табылады. Бұл агроөнеркәсіп өндірісін мамандандыру жөнінде көптеген міндеттерді нақтылауды, агроөнеркәсіп өндірісінде әртүрлі қызметтердің ауыл шаруашылық өндірістің тепе-теңдігін сақтауда, технология, ұйымдастыру, басқару және инновациялық басқару саласында мамандар даярлауда көптеген міндеттерді нақтылауды қажет ететін үрдіс. 2009 жылдың қыркүйегінен бастап, Президент тапсырмасымен

Ақмола облысының Шортанды ауылында А.Бараев атындағы астық-дақыл шаруашылығының ғылыми-өндірістік базасының негізінде Халықаралық ауылшаруашылық зертханалық-ғылыми орталық құруы бойынша жұмыс басталды. Бұл орталықта Бастаушы ғалымдарды жұмылдырып, қазіргі лабораториялардың және ғылыми кадрлардың әзірленуі дайындалады. 2010 жылда жобаның экономикалық техникалық негіздеуі іске асты. Қазірде Республиканың АӨК-гі ауыл шаруашылық өнімділігіне климаттық факторларының қолайсыз ықпалын 10-15% төмендетуге мүмкіндік беретін жаңа технологиялар енгізілуде. Мысал ретінде жердегі ылғалды сақтай отырып, су және желдің эрозиясына бөгет бола алатын, өнім өнімділігінің жоғарылауына мүмкіндік туғызатын топырақты өңдеудегі нөлдік деңгейін көрсететін технологияны атауға болады. 2009 жылдың жазында Қазақстанның негізгі дәнді дақыл өлкелерінде, тұнбалардың 120-130 миллиметрлерінің нормасында, 20-30 миллиметр шамасында жинағы түсті. Сонда да солтүстік облыстарындағы топырақтың нөлдік өңдеудегі технологияларды қолдану есебінен 1 гектардан 8-15 центнер астық алынды. Келесі бір мысал, Қазақстанның солтүстік облыстарындағы 53%-қ егін себетін жерлерінде қолданылатын ылғалдылықты сақтайтын технологиялар. Егер 2006 жылда топырақты төменгі және нөлдік деңгейде өңдеу 13%-қ егістік жерлерінде қолданылса, ал 2010 жылда 53% да, яғни 11 миллион гектарда.

Осы қарастырған технология - солтүстік өлкелерінде, ал оңтүстіктесуды үнемдеуге бағытталған және өнімді арттыратын жерді жыртатын технология. Қазақстандық аграрлық саладағы ғалымдар агро-технологиялық трансфертті өзінің ғылыми зерттеулерінің дамуымен сәйкестендіруге талпынуда. Осылай, Жеміс және Жүзім шаруашылығының институты және Өсімдіктерді қорғау институты апорттың қайта туумен шұғылданады. Олар 2 бағытта жұмыс істейді. Екінші бағыт бұл көбейту әдісі. Екінші бағыт ғалым Марлан Исинаның басқаруымен биология және молекулалық генетика институтымен бірге жүзеге асырылады. Сондай-ақ, апортты қалпына келтіру жобасында қатысқысы келетін көптеген компаниялар бар. Осы сортағы алмаларды өсіруге арналған жерлер теңіз деңгейінен 1000-1200 метр биіктігінде орналасқан Алатау тау етектері болып табылады. Ғылыми зерттеу мекемелері апорттың микроклондарын алып, ғылыми жетістіктерге қол жеткізді деуге болады. Бәрімізге белгілі агроөнеркәсіптік кешенінің негізгі салаларының бірі ауылшаруашылығы. Келешекте ауыл шаруашылығы саласын тұрақты дамытуды жетілдіру бойынша инновациялық іс-шараларды жүзеге асыра отырып, өзіндік құны төмен, жоғары сапалы өнім өндіру арқылы ғана әлемде бәсекелестікте өз орнымызды ала отырып, төмендегі нәтижеге ие боламыз:

- техникалық құрал-жабдықтармен қамтамасыз етілуі және олардың тиімділігі артады;

- зиянкестермен күрес жұмыстарын тиімді жүргізуге мүмкіндік береді;

- агротехникалық іс-шараларды жүргізгенде қуатты, өнімділігі жоғары техникаларды кеңінен пайдалану мүмкіндігін арттырады;

- минералды тыңайтқыштар жүйелі түрде пайдаланылады;

- өндірілген өнімді тиімді бағамен сатуға және нарықтық жағдайда бәсекелестігі жоғары өнім өндіруге ықпалы тиеді.

Ауыл шаруашылығы салаларына ғылыми-техникалық жетістіктерді белсенді түрде өндіруге үшін инновациялық әрекеттерге мемлекет тарапынан барынша қолдау көрсету, мамандарды ғылым мен техниканың соңғы жетістіктеріне сүйене отырып даярлау, ақпарат, жарнама және ғылыми жетістіктерді насихаттау жүйесінің барлық деңгейлерінде басқару жұмыстарын жүргізу, инновациялық үрдістердің дамуын ынталандыру.

Жоспар мақсаты саланың ҒЗТҚЖ-ға ішкі қажеттілігін 75%-ға қанағаттандыруға қабілетті қазақстандық ғылымды осы салада дамытуды білдіреді.[2]

Жүргізілген зерттеулер тақырыбын талдау жұмыстардың негізгі көлемі ауыл шаруашылығы дақылдарының бәсекеге қабілетті жаңа сорттары мен будандарын жасап шығару, ауыл шаруашылығы малдар, құстар, балықтар мен аралардың тұқымдарын, типтері мен іздерін жасап шығару, оларды азықтандыру және ұстап бағу; негізгі ауыл шаруашылығы дақылдарын өсіру, оларды сақтау және өңдеу; ауыл шаруашылығы техникасы мен жабдығын әзірлеу; вакциналар мен емдік препараттарды әзірлеу саласындағы зерттеулерге тиесілі екендігін көрсетеді.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін әзірлеу, қайта өңдеу және сақтау, және тамақтандыру технологиясын әзірлеу.

Сонымен бірге, осы салада инновациялық технологияларды енгізудің жеткіліксіздігі, ауыл шаруашылығы тауарендірушілерінің әлсіз техникалық жарақтануы, кәсіптік секторындағы инновациялық талабының төмен деңгейі сияқты келеңсіз құбылыстар байқалады.

Сонымен қатар, Қазақстанда сыналған шетелдік технологияларды оқшаулаудың бірнеше тәжірибесі бар.

Осыған байланысты, Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешенінің ғылыми-техникалық және технологиялық дамуының мынадай бағыттары ұсынылады:

1. Егіншілік және өсімдік шаруашылығы саласында:

- ауыл шаруашылығы дақылдарының генетикалық ресурстарын қалыптастыру, интродукциялау, қорғау және сақтау;

- дәстүрлі селекция, клеткалық инженерия, молекулярлық генетика мен биоинженерия әдісін пайдалана отырып, ауыл шаруашылығы дақылдарының өнімділігі жоғары және орташа стрестік факторларына төзімді сорттары мен будадарын жасап шығару және жетілдіру;

- Қазақстанның өңірлері бойынша ауыл шаруашылығы дақылдарын әртараптандыруды ескере отырып, жерпайдалану бейімді жүйесін және ылғал ресурстарын үнемдеу технологияларын әзірлеу және қолдану;

- ауыл шаруашылығы өсімдіктерін қорғау және карантин жүйесін, оның ішінде тиімділігі жоғары биопрепараттарды әзірлеу жолымен жетілдіру.

Қазақстан Республикасының әртүрлі табиғи және топырақты жағдайларында ауыл шаруашылығы дақылдарының шетелдік селекцияның жоғары өнімді сорттарының экологиялық сортсынағын жүргізу.

2. Мал шаруашылығы және ветеринария саласында:

- ауыл шаруашылығы малдарының, құстар мен аралардың тұқымдарын, типтерін, көздері мен желілерін жасап шығару және жетілдіру;

- ауыл шаруашылығы малдарының генетикалық ресурстарын қалыптастыру, зерделеу, құжаттау;

- ауыл шаруашылығы малдарын, құстар мен араларды ұстап бағу мен азықтандыру жаңа технологиялары мен биотехнологияларын әзірлеу және қолданыстағыларын жетілдіру;

- Қазақстанның әртүрлі аймақтары үшін шетелдік селекцияның ауыл шаруашылық малдарын бейімдеу технологияларын әзірлеу;

- ветеринарлық диагностикумдар, емдік препараттар мен вакциналарды жасап шығару;

- қауіпті заттарды анықтау тәсілдерін әзірлеу және мал шаруашылығы өнімдерінің қауіпсіздігін бағалау.

3. Ауыл шаруашылығы шикізатын сақтау және қайта өңдеу саласында:

- микроорганизмдер генқорын қалыптастыру, зерделеу, қолдау мен құжаттау және оларды ауыл шаруашылығы және тамақ биотехнологияларында қолдану;

- мал шаруашылығы және өсімдік шаруашылығы өнімдерінің терең және кешенді өңдеуін қамтамасыз ететін жаңа технологияларды әзірлеу арқылы ауыл шаруашылығы шикізатының бастапқы өңдеуін жетілдіру мен терең өңдеу өнімдерінің ассортиментін кеңейту;

- сақталу мерзімі ұзақ тамақ және биологиялық құндылығы жоғары, оның ішінде ұлттық өнімдерін жасап шығару;

- сақтау кезінде жеміс және көкөністердің сапасын максималды сақтауға және жоғалуының азаюына әсер ететін жаңа үнемді технологияларды әзірлеу;

- ұсақ кәсіпорындар үшін ауылшаруашылығы өнімдерін қайта өңдеу бойынша технологиялық жабдықты әзірлеу.

4. Ауыл шаруашылығын механикаландыру және электрлендіру саласында:

- ауыл шаруашылығы дақылдарын өсіру және азықты дайындау ресурс үнемдейтін технологиялар үшін машиналар кешенін әзірлеу;

- энергия қамтамасыз ету және сумен жабдықтаудың балама техникалық құралдарын әзірлеу.

5. Табиғи ресурстарды басқару саласында:

- су шаруашылығын дамыту технологиялық және техникалық қамтамасыз ету тиімділігін арттыру (мелиорациялау, суландыру, суару техникасы және технологиясы);

- топырақ және орман ресурстарын сақтау және қайта өндіру технологиялық әдістерін жетілдіру.

- Қазақстан суқоймалары биоресурстарының экологиялық-эпидемиялық жағдайын кешенді бағалау және аквакультураларды өсіру технологияларын әзірлеу;

- Қазақстанның толық жүйелі балық шаруашылығы жағдайларында балықтардың шаруашылық-бағалы түрлері және олардың будандарының тауарлы өсіру технологиясын әзірлеу.

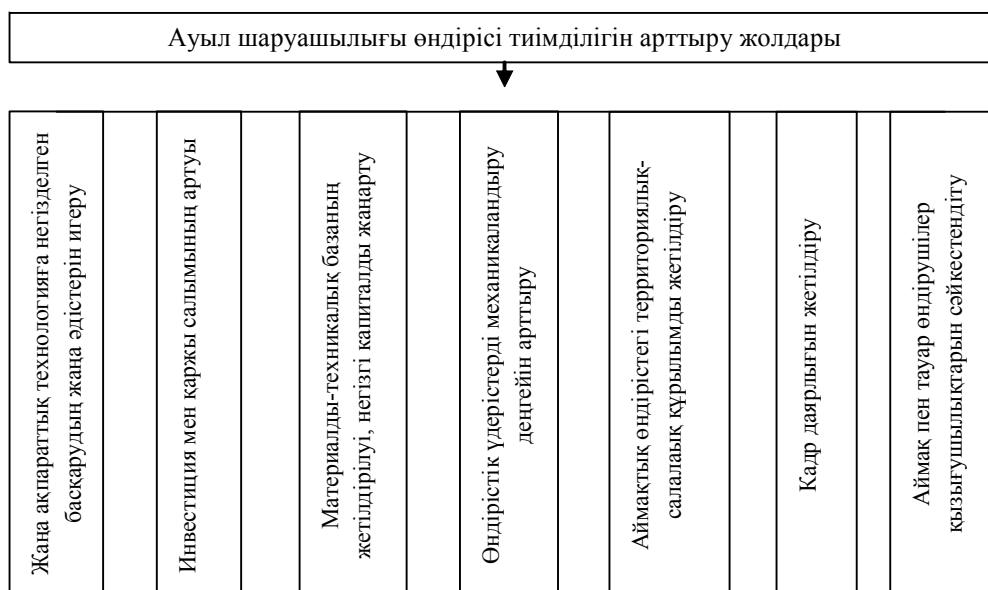
6. Қазақстан Республикасының АӨК экономикасы саласында.

- агроөнеркәсіптік әндірісін және ауылдық аймақтарды инновациялық дамытудың ұйымдық-экономикалық және элеуметтік негізі;

- АӨК ғылыми-техникалық дамуының технологиялық болжауы.

Өндірістің экономикалық тиімділігін арттыру қажеттілігі факторларға және қоғамның бүгінгі экономикалық даму ерекшеліктеріне тікелей байланысты. АӨК өндірісі тиімділігін арттыру мәселесін зерттеумен шұғылданған ғалымдар еңбектерін талдай отырып, АӨК тиімділігін арттырудың негізгі факторларын Сурет 1-де бейнеленген сұлба арқылы көрсетуге болады. Әрбір

Сурет 1. Ауыл шаруашылығы өндірісі тиімділігін арттырудың негізгі факторлары [3]



шаруашылықтың алдына қойған міндеттерін табысты шешуі өндірістің экономикалық тиімділігін арттыруы арқылы ғана мүмкін болады.

Күріш өндірісінің экономикалық тиімділігі интенсивті факторларға көп байланысты. Олар: а) еңбек құралдарын өндіру саласындағы өнімділік пен дән сапасы; ә) негізгі қорларды өндіру саласындағы ғылыми-техникалық өңдеулер, өндірістің озық технологияларын пайдалану, жинау, сақтау, дәнді дайындау және өңдеу; б) күріш өндірісіндегі қоғамдық ұйымдастыру нысандары мен шикізат аймақтарын оптималдаудың географиялық ара қашықтықтары; в) күрішті өткізу саласында сақтау мен тасымалдауды ұйымдастыру. Интенсивтендіру факторларын кешенді пайдалану өндірілетін өнім бірлігі құнының заңды түсуіне алып келеді, яғни өндіріс тиімділігінің өсуін қамтамасыз ететіндіктен бұл факторлар көрсеткіштер жиынына әсер етеді және күрішті өндіру және өткізу бойынша кәсіпорын өндірісінің экономикалық тиімділігін сипаттайды. Күріш саласын дамытуда күріш кластерін ұйымдастыру да өте маңызды. Ол үшін кластерлік инновациялық инфрақұрылымды дамыту қажет.

Аймақтық АӨК өндірістік жүйесінің тиімді жұмыс атқаруы сапалы құрылған басқарудың ақпараттық қамсыздандырылу жүйесіне де байланысты. Қазіргі таңда елімізде барлық салаларға ендірілген жаңа ақпараттық технологияларға техникалық қолдау жасайтын компьютерлер саны мен байланыс құралдарының прогрессивті артуы байқалғанымен, оларды өндіріске өндіру тұрғысынан Қазақстанның ауыл шаруашылығы саласы басқа елдермен салыстырғанда едеуір артта. Жаңа ақпараттық технологияларды АӨК экономикалық үдерістерін басқаруда қолдану бұл күрделі жүйенің өзіндік ерекшелігіне қарай бағытталауы тиіс.

Ауылшаруашылығы саласында ауқымды желіні қолдану ауылшаруашылығы кәсіпорындарына министрлік және жергілікті басқару ұйымдарымен ақпарат алмасу, есеп беру; ауылшаруашылығы заңнамалары мен нормативтік актілерінің өзгерістерімен дер кезінде танысу; еліміздегі ғана емес шет елдердегі де өнім өткізу арналарымен байланысып, келісім-шарт жасау; агрохимиялық өнімдер, агротехникалық машиналарды өндіріс орындарымен серіктестік орнату, интернет-сауда жүргізу сияқты тиімді мүмкіндіктер береді.

Ауылшаруашылығы саласында шешім қабылдауды қолдау жүйелері, мәліметтер базасы, болжам жасау, кеңес берудің эксперттік сараптау жүйелері тиімді қолданыста. Шешім қабылдауды қолдау жүйелері АӨК басшыларының аймақ ерекшелігіне, қалыптасқан ахуалға байланысты өндіріс тиімділігіне қол жеткізуге мүмкіндік беретін дұрыс шешім қабылдауына ықпал етеді. Болжау жүйелері өнім өнімділігін болжауда, өсімдік шаруашылығында маңызды орын алатын ауа-райы факторын ескеріп, метеорологиялық мәлімет алуға, соған байланысты әрекет етуге, агроөндірістің перспективалық дамуын бағдарлауға көмек беретін ақпарат алуда қолданылады.

Эксперттік сараптау жүйелері ретроспективті талдау нәтижелеріне сүйеніп, перспективті болжам жасау және күрделі ситуациялық жағдайда ахуалды

дұрыс бағдарлап, саралауға, нәтижесінде дұрыс шешім қабылдауға мүмкіндік беретін кеңесші ролін тиімді атқара алады.

Экономикалық-математикалық модельдер негізінен әрбір аграрлық құрылымның жұмысын тиянақты түрде ұйымдастыруға, өндіріс көлемін арттыруға, өнім сапасын сұранысқа сай болжамдауға, келешекте атқаратын істің бағдарламасын жасауға мүмкіндік береді. [4]

Қарағанды облысы Қазақстанның агроөнеркәсіп кешенінің маңызды звеносы саналады. Қарағанды облысының тұрғындары 1 362 243 адамды құрайды, оның ішінде 294 344 000 адам ауыл тұрғындары.

Қазіргі уақыттағы облыстағы агроөнеркәсіп кешенінің жағдайы өндірістің сатылы өсуімен, ауылдағы қаржы қызметтері нарығының дамуымен, ауыл тұрғындарының өмір сапасын жақсартумен сипатталады.

Өсімдік өсіру саласында құрылымдық және технологиялық әртараптандыруды жүзеге асыру бойынша, азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге арналған басымды ауылшаруашылық дақылдарының егін егу алаңдарын кеңейтуде атқарылатын жұмыстар жалғасып келеді. Облыстағы мал шаруашылығы экономикасының аграрлық секторының негізгі саласының бірі болып табылады. Мал шаруашылығында тұқымдық база даму үстінде. Облыста 40-тан астам тұқымдық мал шаруашылығы, оның ішінде тұқымдық заводтар, тұқымдық шаруашылық қалыптасқан. Мал шаруашылығын дамыту соңғы жылдары құлдылауға ұшыраған салалардың бірі - мал азығы өндірісінің қайтадан қалпына келтірілуіне тікелей байланысты. Облыстағы мал азығы өндірісін дамыту аясында көпжылдық шөптерді егуді жаңарту жоспарланды.

Қайта өңдеу саласында 200-ден астам ірі, орта және шағын кәсіпкерлік жұмыс істеуде: оның ішінде сүт өңдеу бойынша - 8, ет өңдеу бойынша - 13, Астық өңдеу бойынша - 25, нан мен нан өнімдерін шығару бойынша - 165, макарон өнімдерін шығару бойынша - 4, балмұздақ шығару бойынша - 5 және т.б.

Облыста жергілікті орындаушы органдардың ветеринарлық қызметі құрылған, малды теңестіру мен деректердің бірыңғай базасын жүргізуге назар аударылып келеді. Соңғы жылдары астық пен өсімдік шаруашылығының басқа өнімдерін өндіруде ғылымның ролі айтарлықтай арта түсті. Облыста "Секе" жаздық бидай жаңа сорты өндіріске енгізілді. Басқа ауылшаруашылығы мәдениеті бойынша сұрыптау жұмыстары жүргізілуде, картоптың алғашқы тұқым шаруашылығы ретке келтірілуде.

Индустриаландыру бағдарламасы аясында инвестициялық жобалар жүзеге асырылуда:

- "Майқұдық құс фабрикасы" ЖШС. Бұқаржырау ауданы құс фабрикасының өндірістік кешенін қайта қалпына келтіру.

- "Green Technology" ЖШС. Көлемі 3 га. болатын жылыжай кешенінің құрылысы.

- "Қарағанды ұнкомбинаты" ЖШС. Құс фабрикасын дамыту және жетілдіру.

- "К.Марксатындағы құс фабрикасы" ЖШС. Бұқаржырау ауданының диірмен кешенін кеңейту және жетілдіру.

- "Арай kz" ЖШС. Ет өңдеу кешенінің құрылысы.

- "Здоровые азық-түліктер". Құс фабрикасының құрылысы.

- "Capital Projects Ltd" ЖШС. Құс етінің қуаттылығы 9400 тоннаға дейінгі бройлерлік құс фабрикасын құру. Жезқазғанда.

- "Астро-Агро" ЖШС. 2600 ірі қара мал басына дейінгі мал бордақылайтын алаңды және 1 180 "Ангус" аналық бас тұқымына дейінгі шаруашылық-репродуктор құрылысы. Абай ауданы.

- "Номад фирмасы" ЖШС. Қарағанды қаласында астықты терең өңдеу өнімдерін шығару.

- "Ақнар" ЖШС. Шошқа кешені. Бұқаржырау ауданы.

- "ДАРН и Н" шаруа қожалығы. Ірі қара малдың мал бордақылау алаңының құрылысы. Шет ауданы.

- "Шұғыла" ЖШС. Қуаттылығы тәулігіне 2 тоннаға дейінгі сүтті өндіретін сүт цехы. Бұқаржырау ауданы.

- "Шанс" шаруа қожалығы. Ат фермасының құрылысы.

- "Топартеплицалары". Абай ауданы.

- "Ескене" шаруа қожалығы. Мал бордақылау алаңының құрылысы. Жаңаарқа ауданы.

- "Марат" шаруа қожалығы. Мал бордақылау алаңының құрылысы. Бұқаржырау ауданы.

Агроөнеркәсіп кешені экономиканың басым секторларының бірі ретінде белгіленген осы аталған мемлекеттік бағдарламаны жүзеге асыру үшін Ғылым қоры картоптың отандық элиталы тұқымдарын өндіруге инновациялық технологиялар енгізу жөніндегі жобаны қаржы-ландырды. Жобаны Алматы облысының Кербұлақ ауданының аумағында "Жолбарыс Агро" ғылыми-өндірістік бірлестігі" ЖШС жүзеге асыруда.

Картоп біздің елімізде негізгі тамақ өнімдерінің бірі болып табылады және өзінің мәні жағынан наннан кейін екінші орын алады. Оның сыртында картоп тамақ, жеңіл және фармацевтикалық өнеркәсіпте шикізат ретінде пайдаланылады, сол сияқты малдарды азық-тандыру рационына да кіреді. Қазіргі уақытта аталған дақыл бойынша өндіріс алаңы республикада шамамен 155,7 мың гектарды құрайды.

Картоптан жоғары өнім алудың міндетті шарты оны өсірудің барлық агротехникалық әдістерін сақтай отырып, сапалы тұқымдық материалды пайдалану болып табылатыны белгілі. Ауылшаруашылық дақылдарының өнімділігін қауырт арттырудың түбегейлі тәсілдерінің бірі жергілікті топырақтық-климаттық жағдайларға бейімделген жоғары өнімділікті сорттарды өндіріске енгізу болып табылатынын әлемдік тәжірибе көрсетіп отыр.

Өз кезегінде ел рыногына тұқымдық және тауарлық картопты негізгі жеткізіп беруші болып есептелетін Қазақстанның оңтүстік өңірінде сапалы тұқымдық материал санының жеткіліксіз болуы аталмыш жобаның көкейкестілігін мойындауға негіз болып табылды.

Сонымен бірге ауылшаруашылық өндірісіне вируссыз шағын түбірлі картоп алудың жеделдетілген технологиясын енгізу, картоптың сыртқы ортаның қолайсыз факторларына шыдамды жаңа сорттарын

өсіру және шаруа (фермерлік) қожалықтарын элиталы тұқыммен қамтамасыз ету міндеті қойылды.

Қазақстан Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың "Жаңа онжылдық - жаңа экономикалық өрлеу - Қазақстанның жаңа мүмкіндіктері" атты Жолдауын жүзеге асыру жолында ауыл шаруашылығы алдында бүгінде жаңа елеулі міндеттер тұр. Инновациялық технологияларды енгізу ауыл шаруашылығындағы басым бағыттардың біріне айналуда. Әлемдік тәжірибе ғылыми-техникалық прогрестің макро да, сол сияқты микродеңгейдегі де тиімді әлеуметтік-экономикалық жаңарулардың бірден-бір шынайы негізі болып табылатынын растап беріп отыр. Дегенмен, Қазақстанда агроөнеркәсіп кешенінде ғылыми және іске енгізушілік саланы ұзақ жылдар бойы жете бағаламаушылықтың бар екендігі байқалады, ал ол ғылым мен техника дамуының тоқырауына, аграрлық ғылым беделінің жойылуына, АӨК салаларында ғылыми-техникалық прогресс қарқынының бәсеңсуіне, өндірілетін ғылыми-техникалық өнімдерге сұраныстың болмай қалуына әкеліп соқтырады.

Тұқымдық картоптың сапасын жақсарту үшін әзірленген технологияны енгізу және тауарлық картоптың өнімділігін арттыру үшін инвестициялар бірінші кезекте, қажетті лабораториялық жабдықтар мен приборлар сатып алуға бағытталды. Жаңа жабдықтар картоптың пробиркадағы вируссыз тұқымдық материалын алуға және көбейтуге, сол сияқты, вирусты инфекциялардан таза екендігіне және сертификаттау үшін талдаулар жасауға арналды. Қазіргі күні лаборатория нағыз заманауи техникамен, жабдықтармен және приборлармен жарақтандырылған. Сапалы лабораториялық зерттеулер жүргізу үшін онда климаттық камера, жарық-культуралды бөлме, микробиологиялық бокстар, электрофоретті техника, тер-мостаттар, талдамалық безбендер және тағы басқалар бар. Ол картоп өсімдігінің пробиркадағы вируссыз шағын түбірлерін алуға, түбірлерге вирусты инфекциялардың бар-жоғына тексерулер жүргізуге, вируссыз түбірлерді шаруашылық-құндылық сапалары бойынша іріктеуге мүмкіндіктер береді.

Сол сияқты, ұсынылып отырған технологияны толықтай жүзеге асырып, энергия шығындарын қысқарту, адам ресурстарын босату үшін Германияның әлемдік ресурстарға сәй-кес келетін, картоп өңдейтін қазіргі заманғы ауылшаруашылық техникасы сатып алынды. Неміс техникасының тәсілдер қолдануда өзінің үнемділігі және тиімділігі жағынан айтарлықтай ерекшеліктері бар. Мәселен, төрт қатарлы жал салушы фреза (сокатіс) бір жүріп өткенде қопсыту, тырмалау, малалау және арам шөппен күрес сияқты төрт операцияны бірден жүзеге асырады. Картоп отырғызғыш түбірлердің дәлме-дәл түсуін қамтамасыз етіп, картоп өсімдігінің кепілді жиілікте өсуіне жағдай жасайды. Картоп жинайтын комбайн бір еңбек күнінде 40 жұмысшыны алмастырады. Автоматты режимде бақылай отырып, картопты сорттайтын және сақтайтын әрі сақтау үшін жағдайлар туғызатын жабдық тұқымдық материалдың жоғары дәрежеде сақталуын қамтамасыз етеді.

"Жолбарыс Агро" ЖШС-нің аталған инновациялық технологияны жүзеге асыру барысында енгізген картопты өңдеудегі тамшылата суару әдісіне айрықша тоқтала кеткім келеді. Топыраққа отырғызылған түбірлерді суару үшін өсіп келе жатқан өсімдікті жаз айы ішінде бірнеше рет бүркіп шығуда дәстүрлі түрде жаңбырлатқыш қондырғы қолданылады. Суарудан соң топырақтың тығыздалып, топырақта қатты қабаттың пайда болуынан келесі суарулар кезінде судың барған сайын өсімдік тамырларына нашар жететіні белгілі. Оның үстіне тығыздалған топырақта азрация нашарлап, пайдалы микроорганизмдердің өмір сүру қабілеті баяулайды, өсімдік үшін қажетті көмір қышқылын бөлу азаяды. Сондықтан әрбір суарудан кейін топырақты қопсытып тұру қажет.

Тамшылатып суарудың жалпы суарудан ерекшелігі сол, онда суды құбыр жүйесін (резеңке шлангі) пайдалану арқылы мөлшерлеп және әр түпке жеке-жеке апаруға мүмкіндік туады. Технология су шығындауда анағұрлым үнемді және қуатты аз қажет етеді. Оның сыртында мұндай технологияны пайдалану барысында жердегі судың ластануының алды алынады, яғни топырақтың екінші рет тұздалуына жағдай жасалмайды.

Осылайша, қолданылып отырған тамшылата суару технологиясы прогрессивті, су үнемдегіш және экономикалық тиімді тәсіл болып табылады.

Инновациялық технологияларды пайдалану нәтижесінде үстіміздегі жылы элиталы тұқымдық картоптан 450 тонна, тауарлық картоптан 650 тонна көлемінде өнім алу жоспарланып отыр. Ал ол өңірді отандық тұқымдық және экологиялық таза тауарлық картоптан қамтамасыз етуге жағдай жасамақ.

Түпкі материалдан алынған, мемлекеттік стандарттар мен тұқым шаруашылығында қабылданған басқа да нормативтерге сәйкес келетін тұқымдық материал элиталы тұқымдық картоп болып табылады.

Картоптың түбірлерінің өнімділігіне зерттеулер мен талдаулар жасау барысында картоп түбірлерінде крахмал құрамының артқандығы, сондай-ақ әр түптегі түбірлер санының көбейгендігі анықталды.

Өндірілген картопқа өнімнің СТ РК 1179 талаптарына сәйкес келетін азық-түлік өнімдері қауіпсіздігі менеджменті жүйесінің сертификаты алынды. "Жолбарыс Агро" ғылыми-өндірістік бірлестігі" ЖШС аттестациялау туралы куәлік алып, соған сәйкес оған картоп өсіру жөніндегі элиталы-тұқым шаруашылығы мәртебесі берілді.

Осылайша, "Жолбарыс Агро" ЖШС бүгіннің өзінде бәсекеге қабілетті лайықты өнімімен рынокқа шығуға дайын. Өзіңді Қазақстанның ауылшаруашылық өнімдері рыногында табысты көрсете білу элита өсірушілердің, тұқым шаруашылықтарының, фермерлік және шаруа қожалықтарының, сондай-ақ жеке тұтынушылардың әлеуетті тұтынушылар болып шығуы мүмкін өз өнімдерінді өткізетін әлеуетті көздер табу үшін қажет.

Отандық рыноктардың шетелдік тауарлар үшін ашықтығы жағдайында экономиканы ішкі рынокта бәсекеге қабілетті жаңа буын тауарларын өндіру бағытына модернизациялау және бағдарлау арқылы ғана Қазақстан экономикасын сенімді және тұрақты түрде көтеруге болады. Шығарылып отырған элиталы тұқымдық және тауарлық картоп өнімі көптеген деңгейде осы талаптарға жауап береді.[5]

Осыған байланысты Ғылым қоры, аталмыш зерттеуге қолдау көрсеткен инновациялық даму институты ретінде, өндірілген өнімнің өз тұтынушысын табуына ұмтылып, мемлекеттік кәсіпорындар мен ұйымдарды инновациялық өнімдердің қазақстандық рыноктан өз орнын табуына ықпал жасауға шақырады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Назарбаев.Н.Ә. Нұрлы жол-болашаққа жол халыққа жолдауы. -Режим доступа: <http://www.el.kz>
2. Оспанов М.Т. Аутов Р.Р. Ертазин Х. "Агробизнес практикасы", Алматы.2009ж.- 331 с.
3. Белгібаев Қ.А. Ауылшаруашылық экономикасы. // Алматы 2011 ж.-246 с
4. Статистический сборник "Развитие агропромышленного комплекса в РК" Алматы 2011г.- 115 с
5. "Қазақстанның аграрлық саясаты" шолуы. режим доступа:<http://www.pm.kz> сайты.
6. Алимбеу А.А. Государственное регулирование экономики-Алматы 2008 год. 76 с

Altynbek SHERIMBETOV, master of economic sciences of gr.UA-11 NP, Karaganda Economic University of Kazpotrebooyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, altynbek_fin@mail.ru, +77073048360

REGULATIONS GOVERNING TRANSACTIONS IN FINANCIAL INSTRUMENTS

This article examines the normative-legal acts, which regulate the procedure of accounting for financial instruments. The relevant regulations, both national and international level. Revealed the order of formation of accounting and tax policy as an internal document regulating the procedure for the recognition, measurement and accounting for financial instruments.

Keywords: financial instrument, accounting policy, accounting and tax policy

Алтынбек ШЕРИМБЕТОВ, УА-11 НП тобының магистранты, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш., 9, altynbek_fin@mail.ru, +77073048360

ҚАРЖЫ ҚҰРАЛДАРДЫ РЕТТЕЙТІН НОРМАТИВТІК АКТІЛЕР

Бұл мақала қаржылық құралдардың есеп тәртібін реттейтін нормативтік-құқықтық актілерді қарастырады. Мемлекеттік және халқаралық деңгейдегі актуалды нормативтік құжаттарды қарайды. Қаржылық құралдардың есеп тәртібін реттейтін ішкіфирмалық құжат саналатын есеп және салық политикаһның құрылуын қарайды.

Түйінді сөздер: қаржы құралы, есеп политикаһы, есеп және салық политикаһы

Алтынбек ШЕРИМБЕТОВ, магистрант гр.УА-11 НП, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, altynbek_fin@mail.ru, +77073048360

НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ОПЕРАЦИИ С ФИНАНСОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ

Данная статья рассматривает нормативно-правовые акты, которые регулируют порядок учета финансовых инструментов. Рассмотрены актуальные нормативные документы как национального, так и международного уровня. Раскрыт порядок формирования учетной и налоговой политики в качестве внутрифирменного документа, регулирующего порядок признания, оценки и учета финансовых инструментов.

Ключевые слова: финансовый инструмент, учетная политика, учетная и налоговая политика

Becoming party to the treaty on the financial instrument, the entity should recognize the financial asset or financial liability in its balance sheet. To reflect the value of a financial instrument in the balance sheet of the company necessary to make an initial assessment of this instrument, i.e. to measure it at a cost that was paid or received in the process of buying a financial asset or financial liability. According to paragraph 5.1.1. International Financial Reporting Standards (IFRS) 9, financial instruments are initially measured at fair value rather than at cost. The fair value could reflect objective and reliable information in the financial statements. Mainly, this approach allows to avoid the problems inherent in the initial evaluation for subsequent recognition in the accounting for financial instruments. Costs transaction increase the initial measurement of all financial assets and financial liabilities. Very often in the initial evaluation costs on financial instruments, such as derivatives, can be zero or insignificant, therefore when assessing their cost they may not be reflected in the statement of financial position and their effects, positive or negative, in reducing financial risks to remain invisible. In this regard, the use of fair value at initial assessment is justified and is an objective necessity.

Initially recognizing a financial instrument in accounting at fair value in accordance with the methods described in the previous sections, master's thesis, and the company must choose one of two options, which proposed IFRS: either at the fair or at amortized cost. Financial assets are measured at fair value included compensation, whereas financial liabilities - value of consideration received. Subsequent measurement depends on the type of financial instrument.

One of the most urgent problems of Kazakhstani accounting related to disclosures about the initial recognition and valuation of complex financial instruments, in particular with regard to the bonds required by the relevant standard.

Derecognition represents the derecognition of a financial instrument balance sheet. International Accounting Standards (IAS) 32 requires that the company disclose certain information regarding its financial instruments and prescribes the method of recording financial instruments in the financial statements. According to IAS 32 the bonds, including convertible, are classified as complex financial instruments, because they contain both debt and equity elements. Thus there is a certain duality bonds. The

value of the debt element is calculated, after which the equity element is defined as the difference between the value of the entire instrument and the debt element.

Laws and regulations affecting financial instruments in the Republic of Kazakhstan is carried out by different legal acts in force in the country, and strict observance of which is mandatory.

After examining the national history of accounting of financial instruments, we came to the conclusion that the Civil Code was in this kind of "pioneer" since being adopted in 1994, the first legislative consolidated requirements for financial instruments in the Republic of Kazakhstan.

In the early 90's accounting was in the nucleus, whereas in the world has long acted IAS 25, "Accounting for Financial Investments", which was adopted January 1, 1985 the then Committee of the IASB. IAS 25 was considered all kinds of financial investments as securities and investment properties where the assets are treated as assets of the same type with identical characteristics. Hence the choice of classification to account for the asset was quite common - investments were divided into short and long term, depending on the company's intentions. Specific requirements for the separation of short-term investments on the long-term, in addition to the company's intentions in IAS 25 are not considered. In addition, this division of financial investments was part of the generally accepted concept of accounting for assets, which are subdivided into current up to one year and not more than the current one year, i.e. the long-term.

Laws and regulations affecting financial instruments is carried out in four levels.

The first level defines the general questions of legal regulation of transactions related to accounting for financial instruments. Normative documents that are part of this level is a priority and if the provisions of subordinate regulations inconsistent with the provisions of this level, the accountant should be guided by the documents of the first level.

By the regulatory framework of the first level are the following regulations in force in the territory of the Republic of Kazakhstan:

- The Civil Code of the Republic of Kazakhstan (hereinafter - the Civil Code), in accordance with paragraph 1 of Article 1, regulates the commodity-money relations and other property relations in which the participants are based on equality. Regulatory Issues civil legislation of financial instruments defined in the general part of the Civil Code. According to the civil law of financial instruments relate to the objects of civil rights. When accounting for financial instruments accountant should be guided by Articles 128-1 to 128-6 of paragraph 1.1, "Financial Instruments". This article provides a clear definition of the following concepts: a financial instrument, a financial asset and a liability, equity instruments, derivatives, options, swaps, forwards, futures. As defined in Articles 129-139 regulatory requirements for securities (including bonds, stocks, etc.) [1].

- Law of the Republic of Kazakhstan "On taxes and other obligatory payments to the budget" (hereinafter - the Tax Code) on December 10, 2008 №99-IV as of

January 1, 2014. Tax Code, according to Article 1, regulates the relations of power for the establishment, administration, and the calculation and payment of taxes and other obligatory payments to the budget, as well as relations between the state and the taxpayer associated with the execution of tax laws, including transactions in financial instruments. Article 12 of the Tax Code defines the main concepts that should guide the accountant at tax accounting transactions with financial instruments. The Tax Code also defines the procedure for taxation of income from dividends, fees, etc., and other operations associated with financial instruments. [2] In this thesis the tax treatment of transactions in financial instruments discussed in a separate chapter.

- Law of the Republic of Kazakhstan "On Accounting and Financial Statements" dated February 28, 2007: presents the requirements for accounting and financial reporting, defines the principles, methods, etc. accounting, financial reporting requirements of the company. Also defines the responsibility for management of the company to provide information on the financial position, changes in financial position and results.

The first level also includes other normative documents anyway governing transactions in financial instruments.

The procedure for recognition, measurement and accounting for financial instruments are regulated by a number of international standards, namely:

- IAS 32 "Financial Instruments: Presentation", the subject of this standard is a distinction between financial liabilities and equity, etc.;

- IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement", which establishes the requirements for their recognition and measurement;

- IFRS 7 "Financial Instruments: Disclosures", the subject of this standard is the disclosure of relevant information about financial instruments;

- IFRS 9 "Financial Instruments" - this standard has not been completed and some of its sections are still under development experts IASB;

- IFRS 13 "Fair Value Measurements" (hereinafter - IAS 13), here is the information on the measurement of financial instruments at fair value and other disclosure requirements for both financial and non-financial items for.

The purpose of the above five standards is to define requirements for virtually all aspects of recognition, measurement and recording of transactions in financial instruments, including those concerning the delimitation of financial liabilities and equity, the initial recognition, derecognition, measurement and evaluation, taking into account hedging financial risks and disclosure of information on financial instruments in the financial statements.

These international standards have a broad scope of application. The provisions of IFRS are available on all styles and types of financial instruments, including receivables and payables of a commercial nature, loans, investments in debt instruments (bonds) and equity investments (shares) (other than in subsidiaries, associates, joint enterprises), as well as derivative financial instruments [3, 16p.].

Thus, to the regulatory framework of the second level are the following regulations:

- IAS 32 "Financial Instruments: Presentation": the purpose of the standard - to determine the principles on which the financial instruments are included either as a liability or as equity, as well as carried out netting of financial assets and financial liabilities. IAS 32 applies to the classification of the issuer of financial instruments in the form of a financial asset, financial liability or equity instrument; similarly to the classification, which includes dividends, interest, gains and losses on them; as well as conditions where financial assets and financial liabilities are offset;

- IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement" establishes principles for recognizing, measuring accounted for as a financial asset or a financial liability and certain contractual agreements for the purchase or sale of non-financial assets;

- IFRS 7 "Financial Instruments: Disclosures" establishes requirements for companies to disclose to the submitted information in the financial statements that enable users to judge them that:

- How much impact the financial assets and liabilities at the financial condition and results of financial and economic activity of the company; and

- Characteristics and magnitude of financial risks to which the company is exposed during the period and the final reporting period in connection with financial instruments and how the company carries out controls these financial risks;

- IFRS 9 "Financial Instruments" establishes principles for the preparation and presentation of financial statements in respect of financial assets and financial liabilities, which would be presented to users of the financial statements relevant to the nature and useful information that allows users to measure the magnitude of these amounts and the timing and uncertain the future cash inflows and outflows of the company;

- IFRS 13 "Fair Value Measurement" establishes the principles of initial and subsequent measurement at fair value, including the measurement of financial instruments at fair value.

There is also a second-level regulations include: national Financial Reporting Standards, IFRS for small and medium businesses, the IFRS for public sector, etc., which also contains requirements for the treatment of transactions with financial instruments. However, the provisions of these regulations in this thesis research reflected not found, because of their branch belonging to the specific activity.

By the regulatory framework of the third level are the following regulations:

- Guidelines on the application of IAS 32 "Financial Instruments: Disclosure and Presentation" from December 28, 2005 №5, which were developed by the authorized state body represented by the Department of methodology of accounting and audit of the Ministry of Finance of the Republic of Kazakhstan with the assistance and close cooperation with experts-ADB consultants that provide practical assistance to companies using IAS 32 "Financial Instruments: disclosure and Presentation" in the Republic of

Kazakhstan. In these Guidelines set certain requirements for the submission of information on financial assets and financial liabilities, and a list of information which must be disclosed financial instruments.

- Guidelines on the application of IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement" from January 30, 2006 №1, where their goal was to give an explanation regarding the application of IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement". These guidelines do not replace or contradict the requirements of IFRS and are required to assist in the application of IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement" in the Republic of Kazakhstan. Hence none of the requirement of the guidelines cannot refute IAS 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement".

- Accounting rules on October 14, 2011 №1172: establishes procedural requirements for accounting firms, etc. and developed on the basis of a Law of the Republic of Kazakhstan "On Accounting and Financial Reporting", international and national accounting standards.

Also to regulations of the second level are: Decrees of the President of the Republic of Kazakhstan, the Government Decision, the Ministry of Finance, Department of Revenue, and other legal acts, directly or indirectly regulating transactions in financial instruments.

By the fourth level of the regulatory framework are the following regulations that have been adopted and approved by the companies for the purpose of accounting for financial instruments.

Accounting and tax policy, adopted and approved by the company management. This document defines the specific principles, bases, conventions, rules and practices adopted by the company for the preparation and presentation of financial statements, in particular transactions on financial instruments. In accounting and tax policy management of the company in terms of accounting for financial instruments determines the order of their classification, recognition, measurement, derecognition, impairment and hedge accounting, etc. Once choosing for themselves which method is best, way, model, etc. accounting for financial instruments and gain a foothold in the accounting policies, the company must each year rigorously apply its provisions, thus providing users of financial statements of objective and reliable information. Any changes must be disclosed in the notes to the financial statements (in the notes).

Accounting and tax policy is a kind of summary of any company, learning which you can get an idea of: state accounting; principles, methods, techniques, etc. which the company has chosen for himself; and much more.

Normative-legal acts, which directly establish selection criteria and changes in accounting policies. It is possible that on account of transactions or events none IFRS does not provide relevant information. Then, the formation of accounting policies accountants use their own professional judgment, which is based on knowledge and experience accountant [4, 249p.].

Normative legal acts, regulating the procedure of formation and changes in accounting and tax policies include:

1. IAS 8 Accounting policies, changes in accounting estimates and errors" (IFRS 8), the purpose of which is to establish criteria for selecting and changing accounting policies, accounting treatment and disclosure of changes in accounting policies, changes in accounting estimates and corrections of errors [5].

2. The law of the Republic of Kazakhstan "On taxes and other obligatory payments (Tax Code of the Republic of Kazakhstan) dated 10 December 2008 (with the latest amendments and supplements), which establishes requirements for tax accounting policy.

According to paragraph 5 of IFRS 8, under the accounting policy refers to the specific principles, bases, conventions, rules and practices adopted by the company for preparation and presentation of financial statements. The need for the formation of the accounting policy is determined by the fact that for each specific area of accounting you need to make a choice one way, receiving, etc. of several permitted by regulations, and to justify this choice.

Hence the formation of the accounting policy is the process of selecting some set of methods, methods of accounting and establish procedures for their application in different economic situations. The main purpose and the main task of the generated accounting policy is most adequately reflect the activities of the company, to provide complete, objective and reliable information about it for the purposes of the efficient management of this activity in the interests of the case.

Accounting policies should be selected and applied so that the financial statements comply in all material respects to the requirements of each applicable to the company IFRS. The financial statements presented in accordance with IFRS, must be prepared based on the assumption of continuity of the organization's activities in the foreseeable future, but at least 12 months after the reporting date. If the administration does not have reasons for termination, it must declare this in the notes to the financial statements.

The company should select and apply accounting policies consistently for similar transactions, other events and conditions, if any IFRS specifically requires

or does not allow the division of articles into categories, which can come from different accounting policies. If any IFRS requires or permits such division by categories, for each category should be selected appropriate accounting policies and apply them consistently.

Thus, the accounting policy of the company is, on the one hand, mandatory regulations of accounting system, on the other hand, the accounting policy is a document that protects the company's interests in the application of its methods of accounting and its staging.

There is also a second-level regulations are different in-house documents directly or indirectly regulating transactions in financial instruments (e.g., risk management policies, etc.). Financial instruments are inextricably linked with a particular level of risk. In order to minimize the negative impact on the financial instruments the company hedges, i.e. primary insurance asset risk exposure.

Overall, regulatory documents, one way or another, regulate the procedure of recognition, accounting and valuation of financial instruments, and changes and additions allow to improve the domestic accounting system.

The list of literature:

1. The Civil Code of the Republic of Kazakhstan (General and special parts) from 27.12.1994, (with the latest amendments and additions)

2. The Law of the Republic of Kazakhstan "On taxes and other obligatory payments to the budget" №99-IV dated 10 December 2008 (with the latest amendments and additions)

3. Adrian Dadd "a Brief overview of IFRS 2013". Bulletin PWC (PricewaterhouseCoopers) "International financial reporting standards", December 2013. - 16p.

4. Международные стандарты аудита: принципы и практика: учебное пособие / Э. О. Нурсейтов. - Алматы: Экономика, 2008. - 478 с.

5. International Accounting Standards (IAS) 8 Accounting policies, changes in accounting estimates and errors"

Валентина БЕРЕЗЮК, кандидат экономических наук, доцент, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, valuha-hilo@mail.ru, +7 705 300 43 40

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

Данная статья рассматривает вопросы оценки системы внутреннего аудита при проведении аудиторской проверки. Особое внимание уделяется диагностике внутреннего аудита субъекта, которая осуществляется в целях предварительной оценки степени надежности системы внутреннего аудита.

Ключевые слова: внутренний аудит, оценка, международные стандарты аудита.

Валентина БЕРЕЗЮК, экономикалық ғылымдарының кандидаты, доцент, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан, Қарағанды қ., Академическая көш. 9, valuha-hilo@mail.ru, +7 705 300 43 40

АУДИТТІК ТЕКСЕРІС ЖҮРГІЗУ БАРЫСЫНДА ІШКІ АУДИТ ЖҮЙЕСІН БАҒАЛАУ

Мақалада аудиттік тексеріс жүргізу барысында ішкі аудит жүйесін бағалау сұрақтары қарастырылған. ішкі аудит жүйесі сенімділігін алдын ала бағалау мақсатында жүзеге асырылатын, ішкі аудит субъектісін диагностикалауға көңіл бөлінген.

Түйінді сөздер: ішкі аудит, бағалау, аудиттің халықаралық стандарттары.

Valentine BEREZYUK, Ph.D., Associate Professor, Karaganda Economic University Kazpotrebsoyuz, 100009, Kazakhstan, Karaganda, ul. Academic, 9, valuha-hilo@mail.ru, +7 705 300 43 40

ASSESSMENT OF INTERNAL AUDIT UNDER THE CONDUCT OF AUDIT

This paper examines the evaluation of the internal audit system in conducting the audit. Particular attention is paid to the diagnosis of internal audit of the subject, which is carried out in order to assess the degree of reliability of the preliminary internal audit system.

Keywords: internal audit, evaluation, international auditing standards.

Повышение требований к формированию финансовой отчетности, изменили подходы к системе внутреннего аудита. Последнее время наблюдается общая тенденция к ужесточению мер по подготовке и представлению финансовой отчетности. Аудиторам необходимо давать в своих аудиторских отчетах оценку системы внутреннего аудита субъекта. Международные стандарты аудита обязывают проводить анализ системы внутреннего аудита субъекта постоянно. Начиная с 2006 г. вносится изменение, вводящее ответственность руководства аудируемого субъекта за разработку, внедрение и поддержание системы внутреннего аудита, которая обеспечила бы правдивое представление о финансовой отчетности [1].

В субъектах последние годы в успешно формируются системы внутреннего аудита, результаты деятельности которых учитываются при проведении внешнего аудита. Вопрос об организации системы внутреннего аудита связан со структурой субъекта, его стратегией и постановкой бухгалтерского учета, порядком составления финансовой отчетности.

Система внутреннего аудита в соответствии с международными стандартами аудита представляет систему, состоящую, по нашему мнению, из пяти компонентов. Первый компонент - это контрольная среда, которая включает позицию, осведомленность

и действия руководства субъекта. В составе контрольной среды обозначены положения о том, чтобы руководители субъектов извещали своих работников о требованиях в отношении честности и соблюдения этических норм. Особое внимание необходимо обратить на компетентность. Руководству субъекта необходимо анализировать, какие качества требуются для выполнения тех или иных работ. Остальные факторы функционирования контрольной среды, такие, как организационная структура, полномочия и ответственность, практика и политика в отношении человеческих ресурсов, остались прежними или претерпели определенные изменения.

Понимание аудиторской организацией контрольной среды имеет особое значение при изучении вопросов, связанных с угрозой мошенничества. Аудиторская организация должна понять, каким образом руководство аудируемого субъекта создает атмосферу честного, этичного поведения и устанавливает соответствующие средства контроля для предотвращения и защиты от ошибок и мошенничества. Аудиторская организация должна определить в какой последовательности использовались элементы контрольной среды, и определить, применяются ли средства контроля на практике.

Второй компонент системы внутреннего аудита субъекта заключается в оценке бизнес-риска аудируемым субъектом как процессом выявления рисков, их возможных последствий и реагирование на них. В новой версии международных стандартов аудита появилось новое требование к руководителям аудируемого субъекта - самостоятельно оценивать связанные со своей работой организации риски. Аудиторская организация должна определить, каким образом субъект выявляет, а также устраняет бизнес-риски, связанные с целями финансовой отчетности, и к каким результатам это может привести.

Третий компонент системы внутреннего аудита субъекта - это информационная система, связанная с целями финансовой отчетности и состоящая из определенных процедур и записей. Аудиторская организация должна понимать, как субъект преподносит информацию об обязанностях конкретных сотрудников, а также существенных вопросах, имеющих отношение к финансовой отчетности. В бухгалтерии субъекта должно быть четко определено, кто за что отвечает и кто что делает. Аудиторской организации следует проверить, насколько хорошо подготовлены определенные служебные инструкции и насколько честно и добросовестно они выполняются.

Четвертый компонент системы внутреннего аудита субъекта - это контрольные действия. Под контрольными действиями понимаются определенная политика и процедуры, которые помогают субъекту удостовериться, что указания руководства выполняются должным образом. К ним относятся определенные процедуры и мероприятия, проводимые аудируемым субъектом и выходящие за пределы непосредственного ведения учета, формирования и подготовки финансовой отчетности.

Пятый компонент системы внутреннего аудита субъекта - это мониторинг средств контроля. Под мониторингом средств контроля понимается процесс оценки качества функционирования системы внутреннего аудита субъекта. Мониторинг средств контроля выполняется с помощью постоянного наблюдения, отдельных оценок надежности средств и позволяет в процессе аудита убедиться, что средства контроля функционируют эффективно. Аудиторская организация должна понимать основные виды мероприятий, которые проводит субъект для мониторинга внутреннего аудита его финансовой деятельности [2].

При оценке риска существенных искажений аудиторская организация должна определить, уместно ли данное средство контроля при оценке рисков существенных искажений. Считаем необходимым принять во внимание оценку уровня существенности, размер аудируемого субъекта, природу его бизнеса, сложность и компоненты систем внутреннего аудита. Простой, но наименее надежный способ получения аудиторских доказательств о системе внутреннего аудита субъекта - опросы работников и сотрудников клиента, а надежный способ получения доказательств - наблюдение аудиторской организации за аудиторскими процедурами. Конечно, один аудитор

не в состоянии физически проследить за ними. Обеспечить частичную уверенность в достижении цели аудита может, по нашему мнению, только внутренний аудит. Если в результате проведенных аудиторских процедур по оценке риска не обнаружено каких-либо эффективных средств контроля, то аудиторская организация исключает эффект контроля из соответствующих оценок рисков. Аудиторская организация должна планировать и осуществлять аудиторские процедуры по существу для каждой существенной хозяйственной операции.

Проверка аудиторских процедур, по нашему мнению, проходит две стадии. На первой стадии аудиторская организация выясняет, существует ли данная аудиторская процедура у аудируемого субъекта. На второй стадии определяется, выполняют ли аудиторские процедуры предполагаемые функции. Аудиторские тесты применяются только для тех компонентов системы внутреннего аудита субъекта, которые были признаны аудитором надлежащими для обнаружения, исправления и предотвращения. Определенные временные рамки аудиторских тестов - это период времени, с которым связано осуществление аудиторских процедур. Масштаб аудиторских тестов средств контроля напрямую связан с оценкой риска аудиторской организацией. Все описанные действия аудитора, на наш взгляд, должны быть отражены в рабочей документации аудитора [3].

По нашему мнению, основу внутреннего аудита субъекта составляют:

- контрольная среда;
- система бухгалтерского учета;
- средства контроля.

В связи с этим, мы считаем, что целесообразно в составе элементов внутреннего аудита субъекта рассматривать налоговый учет, представляющий собой упорядоченную систему регистрации и обобщения информации о фактах деятельности субъекта, опосредующих возникновение доходов и расходов, подлежащих их учету в соответствии с нормами Налогового Кодекса Республики Казахстан, для формирования достоверной и полной налоговой отчетности.

Аудиторская организация в ходе планирования аудита должна определить и оценить адекватность внутреннего аудита субъекта специфике деятельности, масштабам аудируемого субъекта с целью достичь понимания закономерностям его функционирования в той части, которая обеспечивает регулирование и мониторинг процесса сбора, обработки и обобщения информации, необходимой для подготовки достоверной финансовой и налоговой отчетности.

Аудитор изучает внутренний аудит субъекта для того чтобы спланировать аудит и определить природу, степень и время проведения необходимых аудиторских процедур. В конечном счете, при изучении системы внутреннего аудита субъекта определяется возможность оценки риска искажения при формировании финансовой отчетности. В этом случае, на наш взгляд, аудиторская организация должна уделять особое внимание средствам контроля, которые имеют отношение к финансовой

информации, уместной при обосновании утверждений по финансовой отчетности. Средства контроля, которые не влияют на финансовую информацию и отчетность, не являются существенными для аудиторской организации, в том случае, если они косвенно не касаются финансовой отчетности.

При планировании аудита аудиторская организация изучает все пять компонентов системы внутреннего аудита субъекта, для того чтобы:

- рассмотреть виды существенных искажений субъекта;
- определить факторы, связанные с появлением существенных искажений субъекта;
- разработать аудиторские тесты системы контроля субъекта;
- определить формы тестирования по существу [4].

На стадии планирования, как показывает практика многих лет, вряд ли удастся детально изучить деятельность аудируемого субъекта применительно ко всему объему совершаемых хозяйственных операций, поэтому, по нашему мнению, необходимо выбрать самые существенные из предложенных. При аудиторской выборке можно руководствоваться существенностью хозяйственных операций и остатков по счетам. Аудиторская организация по результатам оценки участков учетных работ формирует свое мнение о системе бухгалтерского учета и внутреннего аудита аудируемого субъекта.

Оценка системы бухгалтерского учета и внутреннего аудита субъекта, осуществляемая за очень короткий срок, достаточно субъективна, и на этой стадии не имеет смысла вводить большое количество градаций. Поэтому в данном случае применяются три основных подхода к оценке системы бухгалтерского учета и внутреннего аудита субъекта. Доказательства, полученные по результатам аудита бизнеса и его среды, существенно влияют на формирование мнения аудитора в отношении уровня неотъемлемого риска и целесообразности в ходе аудита применения знаний о внутреннем аудите субъекта.

Аудиторская организация с целью рациональной организации аудита должна принимать во внимание, исходя из оценки неотъемлемого риска, предварительное суждение о существенности, вычислить допустимый риск необнаружения и спланировать различные соответствующие аудиторские процедуры с учетом их минимизации.

Проверка внутреннего аудита субъекта осуществляется в целях предварительной оценки степени надежности системы внутреннего аудита и предполагает изучение, оценку и анализ следующих утверждений:

- отношения руководства субъекта к необходимости осуществления внутреннего аудита;
- порядка распределения ответственности между руководством и работниками субъекта, делегирования их полномочий;
- порядка авторизации хозяйственных операций на всех стадиях иерархии управления;

- порядка обеспечения конфиденциальности информации субъекта, а также сохранности краткосрочных и долгосрочных активов;

- сформированной учетной налоговой политики субъекта, ее методологических и организационно-технических аспектов;

- организационной структуры бухгалтерии субъекта;

- организации документооборота и порядка документального оформления всех хозяйственных операций;

- места и роли автоматизации бухгалтерского и налогового учета;

- определенного порядка систематизации информации в бухгалтерском и налоговом учете;

- процесса подготовки финансовой отчетности и налоговых деклараций [5].

Для оценки эффективности системы внутреннего аудита субъекта необходимо использовать, по нашему мнению, следующие градации: высокую, среднюю, низкую. Оценка эффективности системы внутреннего аудита субъекта аудиторская организация формирует в результате:

- бесед с компетентными работниками субъекта;

- проверки первичных и сводных документов;

- наблюдения за применением процедур и конкретных мероприятий в ходе аудита;

- аналитических процедур, применяемых в ходе аудиторской проверки.

На наш взгляд, процесс изучения и оценки системы внутреннего аудита субъекта складывается из документирования и понимания этой системы, оценки неотъемлемого риска, аудиторского тестирования средств контроля, оценки результатов аудиторского тестирования и его документирования, а также тестирования по существу.

Для анализа системы внутреннего аудита субъекта аудиторской организации следует, на наш взгляд:

- опираться на собственный опыт работы с субъектом;

- получать и требовать определенную информацию у руководства и персонала субъекта;

- изучать первичные и сводные документы и записи в них;

- исследовать виды и характер деятельности субъекта;

- представить результаты проверки в письменном виде.

Текущие средства внутреннего аудита субъекта изучаются аудиторской организацией на основе данных, полученных из различных источников - прошлых и настоящих. Аудитору в ходе аудита необходимо проанализировать рабочие документы по предыдущей аудиторской проверке, если потребуется - осуществить запрос дополнительной информации у работников субъекта, ознакомиться с инструкциями по аудиторским процедурам и отследить всю деятельность субъекта. Однако структура средств внутреннего аудита субъекта предыдущих периодов не всегда может соответствовать определенному текущему периоду.

Аудитором может быть осуществлена подготовка блок-схемы с целью понимания и документирования системы внутреннего аудита субъекта путем заполнения различных описаний, анкет и таблиц. Такие определенные формы документирования доказывают, что достаточная оценка и понимание системы внутреннего аудита субъекта были собственно произведены.

Блок-схемы должны быть представлены в виде определенной диаграммы и отражать последовательный процесс системы обработки, документирования и управления субъектом. Блок-схемы могут применяться, как для оценки системы внутреннего аудита субъекта, так и как программные средства в форме документов.

Используемая для оценки системы внутреннего аудита субъекта блок-схема показывает возникновение каждого документа в данной системе, его последующую проверку, обработку и месторасположение. Для аудиторской организации блок-схемы полезны тем, что осуществляют в процессе аудита документацию всех шагов.

Используемые в качестве документации электронные блок-схемы первоначально формируются для документирования существующих потоков и логики электронной информации субъекта. Аудиторские организации могут использовать предложенные блок-схемы для оценки работы программы, а также средств внутреннего аудита субъекта, которые относятся в общем к функции обработки данных.

Для подготовки блок-схем следует, по нашему мнению:

- разработать блок-схему документооборота и информационных потоков субъекта;
- применять описание блок-схемы для лучшего понимания пользователем субъекта;
- пересмотреть блок-схему с позиции определенного пользователя и устранить недостатки.

Анкета при изучении системы внутреннего аудита субъекта обычно содержит вопросы, которые предполагают ответы "да" или "нет" [6]. При анкетировании отрицательные ответы направлены на обращение особого внимания на определенные недостатки системы внутреннего аудита. По отрицательным ответам, полученным при анкетировании необходимо написать объяснение. Анкеты также должны иметь определенное дополнительное пространство, для того чтобы опрашиваемый работник субъекта мог добавить туда свои объяснения и пояснения. Вопросы, представленные в анкете, должны быть ориентированы на систему внутреннего аудита, и относиться к каждой определенной аудиторской процедуре.

Описания являются письменной версией блок-схемы, используемой для оценки системы внутреннего аудита субъекта. Аудиторская организация письменно подтверждает то, как она представляет себе систему внутреннего аудита субъекта. Изложение доказательств и фактов производится в последовательности происхождения событий по определенной хозяйственной операции.

Древо решений блок-схемы является графической иллюстрацией, которая показывает логику хозяйственной операции или деятельности субъекта. При этом в основном используются вопросы анкеты, на которые должны следовать ответы "да", "нет", направляющие логически заинтересованного пользователя к следующему вопросу. Таблицы данной анкеты показывают логическую связь компонентов системы внутреннего аудита субъекта в табличной форме. При помощи этих двух методов аудиторская организация документирует понимание процесса аудита [6].

Следующим этапом в оценке и изучении системы внутреннего аудита субъекта являются оценка неотъемлемого риска, а также аудиторское тестирование средств контроля субъекта.

Оценка риска внутреннего контроля субъекта заключается в определении того, насколько эффективны эти средства внутреннего контроля субъекта при выявлении и предупреждении существенных искажений в финансовой отчетности. Средства контроля субъекта могут иметь значительный эффект в отношении многих, одного или нескольких утверждений.

Средства контроля субъекта могут прямо или косвенно относиться к определенным утверждениям. В первом случае средства контроля субъекта более эффективны, поэтому аудитор может оценить риск внутреннего контроля ниже, чем во втором случае. Аудиторская организация может принять одну или несколько различных стратегий аудита утверждений.

Оценка риска внутреннего контроля субъекта как максимальная величина означает, что аудиторской организацией планируется применение в ходе аудита подхода аудиторской проверки по существу. Тогда средства контроля субъекта не подвергаются тестированию, потому что аудиторская организация не может на них полагаться. Максимальный уровень оценки риска внутреннего контроля субъекта говорит о том, что процедура внутреннего контроля:

- нецелесообразна в конкретном случае либо неуместна;
- соотношение "затраты - выгоды" мешает осуществлению аудиторского тестирования;
- неприменима для аудиторского тестирования средства контроля субъекта;
- представляет собой слабо разработанное средство контроля субъекта.

Оценка риска внутреннего контроля субъекта ниже максимального означает, что аудиторская организация намерена опираться на подобные средства внутреннего аудита. Оценка риска ниже максимального уровня может затрагивать:

- сопоставление определенных средств внутреннего контроля субъекта, которые, обнаружат и устранят существенные искажения;
- проведение аудиторского тестирования данных средств внутреннего контроля субъекта;
- выводы по оцененному уровню риска внутреннего контроля субъекта.

Стратегия, выбранная при проведении аудита определяет:

- степень понимания системы внутреннего аудита субъекта, которую аудиторская организация должна достичь;

- степень, природу и время для выполнения аудиторских процедур для получения определенного понимания;

- документирование итогов и выводов оцененного уровня риска внутреннего контроля субъекта;

- время, природу и степень проведения аудиторских процедур по существу, которые должны быть, по нашему мнению, выполнены.

Так как любая оценка риска контроля ниже максимальной должна быть обоснована полученными доказательствами в результате аудиторского тестирования средств внутреннего контроля субъекта, оценка риска внутреннего контроля субъекта обязательно должна быть оформлена документально. Чтобы выполнить дополнительное аудиторское тестирование средств внутреннего контроля субъекта, аудиторская организация предполагает снизить риск средств контроля до желаемого уровня. В основном дополнительное аудиторское тестирование проводится, если аудиторская организация сочтет это достаточно эффективным и если есть необходимость получить дополнительные доказательства. Аудитор должен оценить, необходимы ли усилия, требуемые для проведения дополнительного аудиторского тестирования средств внутреннего контроля субъекта.

Таким образом, о надежности системы внутреннего аудита субъекта могут свидетельствовать следующие моменты:

- порядковый номер документов, который позволит убедиться в том, что все хозяйственные операции отражены в бухгалтерском учете (полнота);

- все хозяйственные операции отражены в бухгалтерском учете всего лишь один раз (существование);

- разрешение на проведение хозяйственной операции, которое должно осуществляться до передачи ресурсов (существование);

- независимые аудиторские проверки, включающие проверку работы, выполненной другими экспертами (оценка),

- сверку банковских выписок текущего банковского счета, сравнение определенных субсчетов с синтетическими счетами, сравнение данных проведенной инвентаризации имущества субъекта с данными бухгалтерского учета;

- документирование фактов, которые предоставляют аудиторские доказательства по совершенным хозяйственным операциям, а также является основой для определения ответственности за исполнение и отражение хозяйственных операций (существование и оценка);

- распределение обязанностей между работниками, дающее уверенность в том, что отдельные сотрудники не выполняют служебные обязанности, не совместимые с их основной работой. Служебные обязанности считаются несовместимыми тогда, когда, предположим, конкретный работник имеет возможность допустить

материальный ущерб какие-либо запасов и в то же время скрыть материальный ущерб этих запасов (существование и происхождение);

- физические средства контроля субъекта, предполагающие применение охранных средств и устройств, а также ограничение доступа к запрещенным участкам с использованием определенных средств и компьютерных программ.

Список литературы:

1. Сборник Международных стандартов аудита и контроля качества / 2009 (пер. с англ.), г. Алматы - 985 с.

2. Булыга Р.П. От аудита финансовой отчетности к аудиту бизнеса // Бухгалтерский учет и аудит в условиях информационной глобализации: Сборник научных статей. Свищов (Болгария), Хозяйственная академия им. Ценова. 2009. с. 269 -79.

3. Булыга Р.П. Современный аудит: проблемы и пути решения // Материалы международной научно-практической конференции / под общ. ред. Д.А. Панкова, С.Г. Вегера. Новополоцк (Белоруссия): ПГУ, 2011. с. 13 - 15.

4. Ержанов М.С., Даулетбаков Г.Б., Ержанова А.М., Байдииков А.М. /Под ред. д.э.н. М.С. Ержанова/ Аудит-1: Учебник - Алматы: Издательство "Бастау". 2005. - 382 с.

5. Мельник М.В. Аналитические процедуры в аудите: проблемы и перспективы // Сборник научных трудов / под ред. Р.П. Булыги. М.: Финакадемия, 2009. -192 с.

6. Березюк В.И. Аудит. Учебное пособие. Караганда, 2009.

Марьяна ЖАКСЫБАЕВА, магистр финансов, младший научный сотрудник НИИ НЭСА, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, gmi2776@mail.ru, +7 701 354 26 56

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ НА РАЗВИТИЕ ФОНДОВОГО РЫНКА КАЗАХСТАНА

Данная статья рассматривает фондовый рынок Республики Казахстан с учетом принятия Стратегии развития 2020, Программы Народное IPO, Проекта Концепции развития финансового рынка. Какое влияние вышеперечисленные программы оказали на развитие национального фондового рынка как одного из основных сегментов финансового рынка.

Ключевые слова: Стратегии развития 2020, фондовый рынок, Программы Народное IPO.

Марьяна ЖАКСЫБАЕВА, қаржы магистрі, ЖЭЖТ ҒЗИ кіші ғылыми қызметкері, Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш. 9, gmi2776@mail.ru, +7 701 354 26 56

СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАНЫҢ ҚАЗАХСТАН ФОНДТЫҚ НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУЫНА ӘСЕРІ

Бұл мақала 2020 жылы Даму стратегиясы, Халық бағдарламасы IPO-ға, қаржы нарығының жобасының тұжырымдамасын әзірлеу қабылданғаннан Қазақстан Республикасының қор нарығында көрінеді. Қандай қаржы нарығының негізгі сегменттерінің бірі ретінде қор нарығының тұрақты дамуы жөніндегі бағдарламасы шын мәнінде жұмыс істеді әсер жасады.

Түйінді сөздер: 2020 жылы Даму стратегиясы, фондтық нарығы, Халық бағдарламасы IPO.

Mariana ZHAKSYBAYEVA, Master of Finance, Research Associate Research Institute NESAs, Karaganda Economic University Kazpotreboysouz, 100009, Kazakhstan, Karaganda, ul. Academic, 9, gmi2776@mail.ru, +7 701 354 26 56

INFLUENCE OF STRATEGIC PROGRAMS FOR THE DEVELOPMENT OF THE STOCK MARKET OF KAZAKHSTAN

This article looks at the stock market of the Republic of Kazakhstan following the adoption of the Development Strategy in 2020, the People's Programme IPO, Project Concept development of the financial market. What made the program really worked impact on the ongoing development of the stock market as one of the main segments of the financial market.

Keywords: Development strategy in 2020, the stock market, People's IPO Program

В условиях все большей интеграции экономики Казахстана в международные рынки требуется обеспечение экономической безопасности и устойчивости развития национального финансового рынка и его основного сегмента фондового рынка и его базовых показателей по отношению к внешним негативным влияниям, связанным с изменчивостью развития мировых рынков сырья, товаров и капитала.

Процессы, происходящие на макроэкономическом уровне существенным образом предопределили необходимость формирования принципиально новой государственной инвестиционной политики, где регулирование должно иметь системный характер и отражать экономическую ситуацию с учетом интересов участников воспроизводственного процесса и их потенциальных возможностей. В этой связи регулирование с точки зрения использования потенциальных возможностей его участников представляет собой систему инвестиционных интересов в базовых отраслях экономики, где главную роль должно играть государство.

Так, государство ставит перед финансовым сектором цель по предоставлению достаточных ресурсов по приемлемой цене для финансирования приоритетных отраслей экономики в рамках программ экономического развития [1].

В Проекте Концепции развития финансового сектора Республики Казахстан до 2020 года особо выделен рост эффективности финансового сектора в перераспределении финансовых ресурсов.

Как известно, именно фондовый рынок перераспределяет имеющиеся ресурсы, т.е. выполняет трансформацию сбережений в инвестиции.

В Стратегии "Казахстан-2020" определены семь долгосрочных приоритетов: национальная безопасность; внутривластная стабильность и консолидация общества; экономический рост, базирующийся на открытой рыночной экономике с высоким уровнем иностранных инвестиций и внутренних сбережений; здоровье, образование и благополучие граждан Казахстана; энергетические ресурсы; инф-

раструктура, в особенности транспорт и связь; профессиональное государство [2]. Эти приоритеты стали основой для разработки конкретных планов действий по дальнейшему развитию страны.

Как отмечено в Стратегии "Казахстан-2020" к первоочередным мерам, относятся улучшение делового и инвестиционного климата, укрепление финансовой системы страны и повышение эффективности государственного управления.

Между тем богатый многовековой опыт свидетельствует, что рынок особенно в период посткризисного развития, эффективен при условии действия "сознательно функционирующих механизмов, учреждения централизованного контроля" [3, с. 367].

Бесспорно, из этого следует, что государственное участие в регулировании фондового рынка необходимо, поскольку этот рынок является очень масштабным и рискованным для финансовой безопасности страны.

Государственное регулирование - это упорядочение деятельности на нем всех его участников и операций между ними со стороны организаций, уполномоченных обществом на эти действия [4, с. 260]. В Казахстане регулирующим органом фондового рынка является Национальный банк. На него возложены функции по установлению требований на деятельность эмитентов, о выпуске и регистрации проспектов эмиссий, лицензирование деятельности профессиональных участников, создание системы защиты прав инвесторов на рынке ценных бумаг и т.д.

На современном этапе государство не может выступать только организующим, управляющим и политическим представителем в системе устройства общества, а как самостоятельный субъект рыночных отношений, имеющий многофункциональные права и обязанности, должно реально перейти к созданию условий для повышения инвестиционной привлекательности перерабатывающих производств. Это сложная и комплексная задача. Её реализация усложняется в условиях мирового финансового кризиса, поскольку банковская система Казахстана испытывает в настоящее время определенные трудности с привлечением дополнительных источников финансирования для кредитования экономики. В связи с чем принятие регулирующих норм направленных на активизацию фондового рынка становится особо актуальной.

Развитие фондового рынка и совершенствование системы регулирования и надзора можно отметить наиболее работающие и исполненные программы:

Программы развития рынка ценных бумаг на 2005-2007 годы было уделено особое внимание совершенствованию правовой основы фондового рынка, в т.ч.:

- развитию внутренних институциональных инвесторов и расширению возможностей инвестирования;
- совершенствованию механизма защиты прав и интересов инвесторов;
- созданию стимулов для улучшения корпоративного управления;

- развитию и совершенствованию технической инфраструктуры рынка ценных бумаг [5].

По нашему мнению, именно данная программа показала своё действие на развитие фондового рынка, хотя не все моменты были доработаны до конца, особую роль сыграло принятие "Кодекса корпоративного управления", который базируется на международном опыте и является типовым документом для всех акционерных обществ, финансового и реального секторов, целью его применения является защита интересов акционеров, независимо от размера пакета акций.

Для дальнейшего расширения возможностей инвестирования, регламентации ответственности за правонарушения, совершаемые на рынке ценных бумаг, совершенствования корпоративного управления и либерализации системы лицензирования профессиональных участников в июле 2005 года принят Закон Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам рынка ценных бумаг и акционерных обществ", что во многом определил дальнейшее поступательное развитие отечественного фондового рынка [6].

Касательно, деятельности по дальнейшей активизации фондового рынка, выхода казахстанских компаний на внешний фондовый рынок и создания положительного имиджа страны, данным Законом предусмотрена возможность осуществления казахстанскими компаниями размещения эмиссионных ценных бумаг, в том числе производных, на территории иностранных государств при наличии соответствующего разрешения уполномоченного органа и при соблюдении определенных условий, предполагающих, что ранее выпущенные ценные бумаги данной компании должны быть включены в список казахстанского организатора торгов по наивысшей или следующей за наивысшей категорией листинга. При размещении облигаций они должны быть одновременно предложены на внутреннем организованном рынке.

По нашему мнению активизация инвестиционного процесса предполагает принятие конкретных мер по увеличению инвестиций, улучшению структуры по источникам финансирования. Подчиняясь общим целям экономического развития, государственная инвестиционная политика, например, в настоящее время должна обеспечить преодоление инвестиционного спада, формирование технологических, структурных, организационно-правовых, управленческих, инфраструктурных и других условий для экономического роста.

В условиях интеграции во Всемирную торговую организацию (ВТО) и в Единое экономическое пространство (ЕЭП) влечет за собой дальнейшую либерализацию финансового рынка, в связи, с чем для Казахстана возрастают риски, связанные, экономическими последствиями обострения международных отношений.

В соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан наличие системы управления рисками финансовой организации предусматривает соответствие требованиям:

- по наличию корпоративного управления, в том числе требований по формированию коллегиальных органов управления, утверждению Советом директоров организации долгосрочной корпоративной стратегии, политики по урегулированию конфликта интересов, порядка проведения внутреннего аудита, а также утверждению Правлением организации процедур управления рисками по основным рискованным позициям;

- наличие практики предоставления финансовых услуг, в том числе требований по формированию службы внутреннего аудита и подразделений управления рисками, наличие системы внутреннего контроля организации, установлению внутренних процедур проведения операций с финансовыми инструментами, а также управлению активами и обязательствами;

- функционированию информационных систем и систем управленческой информации, в том числе требований по формированию подразделений информационного обеспечения, обеспечению операционной деятельности финансовой организации, функционированию информационных систем и систем управленческой информации, в том числе в форс-мажорных обстоятельствах;

- вовлечение населения в процесс инвестирования на площадке организатора торгов путем проведения активной информационной и маркетинговой работы, демонстрационных биржевых игр, организации доступа и условий для осуществления инвестиций населения на фондовом рынке;

- повышение квалификации сотрудников организатора торгов, подготовка и повышение квалификации специалистов для рынка;

- разработку и запуск новых финансовых инструментов, торгуемых на площадках организатора торгов.

В условиях глобализации мировых рынков капиталов отечественные компании используют возможность первичного размещения (IPO) на иностранных фондовых рынках. Но при этом, к сожалению, участники отечественного фондового рынка не проявляют достаточного интереса к таким видам ценных бумаг, как производные финансовые инструменты (опционы, CFD, фьючерсы на индексы, котировки ценных бумаг, казахстанские депозитарные расписки), не в полном объеме используется валютный дилинг. В ближайшей перспективе планируется разработка и внедрение новых финансовых инструментов, таких, как индексные фонды (ETF), секьюритизированные активы (SPV), фьючерсы, опционы, исламские инструменты (сукук и др.), доступных для широкого круга как институциональных, так и для индивидуальных инвесторов [7, с.50].

Основным направлением деятельности регулятора казахстанского финансового рынка сегодня можно назвать попытку максимально расширить возможности финансирования, в том числе, путем привлечения на фондовый рынок населения.

Для этого в рамках программы Народное IPO на казахстанский фондовый рынок для публичного размещения были выставлены акций "квазигосудар-

ственного" сектора организации АО "ФНБ Самрук-Казына".

Для последующего оживления фондового рынка Казахстана государство предпринимает шаги по приватизации посредством размещения акций квазигосударственных предприятий, что по их мнению даст мощный импульс развитию рынка ценных бумаг и станет катализатором для иностранных инвесторов.

Для обеспечения информирования населения о деятельности организаций, осуществляющих инвестирование сбережений граждан, будет рассмотрена возможность закрепления в законодательстве обязательства таких институциональных инвесторов по регулярному и более полному раскрытию информации о структуре инвестиционного портфеля, стратегии и политике инвестирования, уровне инвестиционных рисков и системе управления рисками, системе корпоративного управления [8].

Результатом данных принятых мер ожидают следующие целевые ориентиры на рынке ценных бумаг:

-капитализация рынка акций к ВВП увеличится в два раза при условии если будет полностью реализована Программа Народное IPO;

-РФЦА войдет в десятку лучших финансовых центров Азии. На сегодняшний день в соответствии с индексом глобальных финансовых центров РФЦА занимает 53 место из 83 международных финансовых центров и 13 место среди азиатских финансовых центров.

Одним из действенных механизмов, озвученных в Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан, было следующее с целью развития заимствования будет расширяться практика выхода акционерных обществ с государственным участием на фондовый рынок. Также, государство примет меры по развитию рынка ценных бумаг и осуществлению продаж на фондовом рынке ценных бумаг акционерных обществ и товариществ с ограниченной ответственностью, находящихся в республиканской и коммунальной собственности и ценных бумаг национальных холдингов, национальных компаний и социально-предпринимательских корпораций [9].

Существующий на сегодняшний день регулятивный механизм фондового рынка не совершенен, не позволяет инвесторам оценить риски своих инвестиции, что является причиной низкой инвестиционной активности. Система регулятивных решений должна способствовать созданию реальных стимулов у компаний эмитентов раскрывать информацию о своей деятельности и повышать качество корпоративного управления. Создание механизмов направленных на стимулирование роста участников фондового рынка является внедрение риск-менеджмента;

-диверсификация, которые предполагают включение в финансовую схему различных по своим свойствам активов, системы страхования и хеджирования для обеспечения снижения риска.

На сегодняшний день многими авторитетными международными институтами, в том числе МВФ, отмечается ряд позитивных шагов правитель-

ства РК в направлении улучшения системы государственного управления экономикой [10].

Исследование механизма государственного регулирования фондового рынка в Республике Казахстан позволяет сделать следующие выводы. В сложившихся условиях усиливается роль государства. Нормативно-правовая база регламентирования отношений в данной сфере, на наш взгляд, в целом адекватна существующим реалиям. В то же время требуют совершенствования организационные меры:

- введение льгот для эмитентов, акции которых обращаются на KASE и/или специальной торговой площадке РФЦА и отвечают критериям публичных компаний;

- предоставление налоговых льгот при страховании рисков эмитентов, инвесторов и участников РФЦА;

- стимулирование операций на площадке РФЦА;

- предусмотреть налоговые льготы для финансовых организаций при инвестировании в новые финансовые инструменты.

Постепенная реализация вышеназванных мероприятий приведёт к расширению сегментов фондового рынка: внутреннему, определяющемуся отечественными финансовыми институтами, и внешнему, где станут преобладать финансовые институты стран СНГ.

Список литературы:

1 Проект Концепции развития финансового рынка.

2. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года.

3. Каренов Р.С., Дюсембаева А.Д., Андарова Р.К. Региональная экономика: (проблемы, концепции, решения). - Алматы: Гылым, 1997.-с. 224.

4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. В сб.: Антология экономической классики. В 2 томах.Т.2.- М.: 1993, с. 367

5. Программа развития рынка ценных бумаг на 2005-2007 годы

6. Закон "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам устойчивости финансовой системы" от 23 октября 2008 года.

7. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 января 2009 года № 90 Об утверждении Плана развития регионального финансового центра города Алматы до 2015 года.

8. Куприн А. О вопросах развития фондового рынка Республики Казахстан и Российской Федерации// МАБ СНГ, № 10(70), 2009, с.11.

9. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы.

10. Казахстан: Достижение конкурентоспособности: задача управления нефтяным бумом в Казахстане. - МВФ -2005 год.

Назым БУКИРБАЕВА, тарих Қазтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, 100009, Қазақстан республикасы, Қарағанды қ., Академическая көш., 9, nazym-2111@mail.ru, +77212720707

"АЛАША ХАН"

Аталмыш мақала Отандық тарихта қазақ хандығының қалыптасу кезеңі, оның ішінде жұмбақ тұсы Алаша ханға байланысты фольклорлық материалдар қарастырады. Алаша хан фольклорлық деректерде негізінен Шыңғысхан деп сипатталады. Фольклорлық деректер жазба және материалдық деректермен салыстырмалы қарастырылады.

Түйінді сөздер: Алаша хан, Шыңғысхан, алаш, қазақ хандығы, фольклор деректері.

Назым БУКИРБАЕВА, магистр исторических наук, колледж Экономики, бизнеса и права, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 100009, Республика Казахстан, г. Караганда, ул. Академическая, 9, nazym-2111@mail.ru, +77212720707

"АЛАЧИ ХАН"

Данная статья рассматривает становление казахского ханства, раскрывает загадочные моменты истории Отечества фольклорными материалами, связанной с ханом Алачи. Хан Алачи фольклорных источниках основном описывается как Великий Чингисхан. Также фольклорные источники сравнительно рассматриваются вместе с письменными и материальными источниками.

Ключевые слова: Алаша хан, Шыңғысхан, алаш, қазақ хандығы, фольклор деректері.

Nazym BUKIRBAEVA, master of historical Sciences economic, business and law college of Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 100009, Republic of Kazakhstan, Karaganda, Akademicheskaya str. 9, nazym-2111@mail.ru, +77212720707

"KHAN ALACHI"

This article examines the formation of the Kazakh khanate, reveals mysterious moments in the history of the Fatherland with folklore materials associated with the Khan Alachi. Khan Alachi in folklore sources mainly described as the Great Genghis Khan. Folkloric sources relatively review written and material sources.

Keywords: Khan Alachi, Genghis Khan, Alash, the Kazakh khanate, folklore sources.

Қазақ хандығы атауының пайда болуы "алаш", Алаш хан және Алынша хан атауымен тығыз байланыста, бүгінде осы ел тарихындағы өзекті мәселелердің бірі болып саналатын атаулар Отандық тарихтың жұмбақ тұстары болып отыр. Алаша хан тарихи шынайы тұлға ма, не болмаса белгілі бір лақап есім берілген Дешті Қыпшақ, Түркістан аймағында билік құрған белді хандардың бірі ме? Осы аталмыш сұрақтарға жауап беру мақсатында бірнеше дерек көздеріне сүйене отырып ақиқатқа көз жүгіртсек. Әйтсе де, фольклорлық, жазба және археологиялық мәліметтердің жиынтығы бұл сұрақтың түйіні хандардың басы Шыңғысхан деген жауап қатады.

Бүгінгі таңға дейін, әлем тарихында өзекті орын алған тұлғаның, яғни Шыңғысханның ел тарихындағы хандар шежіресінің басы, қазақ халқының бір тудың астына тоғысқан уақыты жұмбақ күйінде келу себебі біршама орынды, себебі моңғол дәуірі біздің елімізде ғана Отандық тарихта зерттелмеген кезең. Бірақ мұның есесіне орыс жылнамаларымен және еуропалық саяхатшылар мен миссионерлердің жазбаларымен қатар нақ сол мұсылман деректемелерінде Еуразия даласындағы Алтын Орда туралы неғұрлым егжей-тегжей деректер сақталған. [1, 9 б.] Осы деректерді талқылай отырып, біздер тарих беттеріндегі күні бүгінге дейін сыры ашылмай келе

жатқан сұрақтарға бәлкім жауап табамыз. Дегенмен, осы кезеңге орай нақты тарихи болжам айтылмаған. Осы тақырып төңірегінде елімізде бірде-бір докторлық диссертация қорғалмаған, бұл өзекті мәселе бүгінгі таңда нақты жауабын тапса Қазақ хандығының тарихи хронологиялық шеңбері 550 жылдық хандық тарихпен шектелмес пе еді.

Дегенмен, Алаш ханның Шыңғысхан екендігі ел аңыздарында ашық айтылды. Кезінде ғұлама ғалым Қаныш Сәтбаев Едіге батыр туралы 1927 жылы зерттеуінде "...тегінде Алаша хан деп ел аузы атакты Шыңғысханды айтып жүруі де мүмкін" десе, 1941 жылғы мақаласында Алаша хан деп жүргеніміз Шыңғысхан екенің кесіп айтты [2, 118 б.].

Отандық орта ғасырлар тарихын өзімізден бұрын, ертерек зерттеген орыс тарихшылары Алаш ханның Шыңғысхан екендігін сонау XIX-XX ғасырлардың басында нақты сеніммен қазақтар Шыңғысханның ұрпағы, моңғолдар бұларды жер бетінен жоюымыз керек, деген көзқараста болған [2, 118 б.].

Әрине тарихта Алынша, Алаш, Алаша атаулары бір атау ма деген түсінік те бар. Әйтсе де, дерек көздері мүлде өзгеше сыр шертеді. Онда біздер осы атаулардың әр қайсысын дара талдап көрсек. Дегенмен, қазақ шежіресінің басы Алынша атуы болды.

Бірінші Алынша түйіні - Алынша ханның заманын, шамасы аңызға арқау болған заман. Ұлы даланы ария, тур, қиян тайпалары жайлаған б.з.д. III-II мың жылдықтар, немесе одан ерте үнді-европалық тайпалардың Ұлы даладан батысқа қоныс аударатын (б.з.д. IV-III мыңжылдықтар) мезгілі. Не болмаса, VII-VIII ғасырларда өмір сүрген түркі руларының негізін қалаушылардың бірі Алынша хан, Нұх пайғамбардың 8-ші ұрпағы деген тұжырымдар да бар.

XIV ғасырдың ортасында парсы жерінде жазылған "Жамиғ-ат тауарих" еңбегінде түрік-моңғол этностарының ең көне бастауларын аңыздар мен жазба деректерге сүйене отырып тамаша баяндайды. Көп жағдайда Рашид ад-диннің айтуынша түрік-моңғол халықтарына қатысты көп деректерді ол белгілі шежірешілерден, соның ішінде атақты Болат-чичсаннан алған: "...тюрки называли и продолжают называть ЯфетаБулджа-ханом (Абулджа ханом) и достоверно не знают, был ли этот Булджа-хан (Абулджа-хан) сыном Ноя или его внуком, но все они сходятся на том, что он был из его рода и близок к нему по времени. Все монголы, племена тюрков и все кочевники происходят от его рода. У Булджа (Абулджа)-хана был сын по имени Диб-Якуй (Диб-Бакуй)" [3, 2 б.].

Әбілғазы Бахадүр ханның "Түрік шежіресін" Таураттың аңыздарынан бастайды, сәті түскен жерлерде ел аузында сақталған түрік халықтарының өз деректерін де қосып жіберген. Әбілғазының айтуы бойынша Алаша (Алынша) хан Яфеттің замандасы емес, оның алтыншы ұрпағы: Яфет - Түрік - Түтік - Елшехан - Диб Бакуй - Киик хан - Алаша хан (Алынша). Алынша ханның ел билеген заманы туралы мынадай аңыздарды өз еңбегіне келтірген: "Аланча-хан много лет правил государством. Со времени Ноя - Мир ему! - до времени Аланча-хана все потомки Иафета были мусульмане; при Аланче юрт улучился, народ сделался богаче... возникло идолопоклонство. У Аланча-хана было два сына-близнеца: старшему имя было Татар, младшему - Монгол. Аланча-хан, когда состарился, разделил свои владения между сыновьями. Оба брата провели жизнь в благополучии и счастье, не делая друг другу худого" [3, 3 б.]. Біздердің осы тұста түйетініміз, Алынша хан атауының Шыңғысханға тағылу себебі, ол Әбілғазы Бахадүр ханның "Түрік шежіресін": "Бұл Алаша ханнан бұрын қазақ ел болып, жұрт болып көзге көрініп, ауызға ілінген емес. Өз алдына отау тіккен емес. Әр жұртқа қоңсы болып жүрген" деп баяндайтынындай, әрі Алыншаны Түріктің бесінші ұрпағы, Моңғол мен Татардың атасы деп баяндай, осы түркі, моңғол-татар тайпаларының шығу тегін бір қылып көрсетуі, түркі, моңғол-татар тайпаларын қайта бір тудың астына топтастырған Шыңғысхан Алаша атауын халық бермеске кімдер кепіл.

Екінші Алаш, Алаша хан түйіні - Қазақтың белгілі шежірешісі Қ.Халид еңбегінің Алаша атауына байланысты бірінші уәжінде бағзылардың айтуы бойынша Алаш пен Алаша атанғанын. Алаша хан жалпы хандардың басы, моңғол мен татардың атасы екенін айта келіп:

Алаш Алаш болғанда,
Алынша хан болғанда.
Қазақ, қалмақ ноғайлар
Бәрі сонда бір болған
Ынтымағы жарасып,
Жайқұн көлдей бай болған.
Еділ, Жайық, Оралға.
Орған көлдей жайылған.
Өзбек хан, Жәнібек хан өлген соң.
Ел ішіне жік түсіп,
Үш бөлек болып айрылған,
Қазақ, ноғай құбылада.
Мұсылманға жан тартып,
Дін үшін қатты қайғырған,
Қалмақ, маңғұл бөлініп,
Кәпірлігі білініп,
Күншығысқа қайрылған,
Ішін буды сонда кеп,

Алтайды мекен жай қылған"-деп басталатын ескі жырдың бір үлгісін келтіреді [4, 55 б.]. Көне жырда аңғарғанымыздай, мұқият зер салсақ, онда моңғол дәуірі баяндалынатыны аңғарылады. Яғни Алаша хандардың басы болса, бұл тұста бәлкім Шыңғысхан болуы әбден мүмкін, себебі, қазақ даласында хандық мұрагерлікпен тек Шыңғысхан ұрпақтарына ғана тиесілі болды.

Ел ішінде Алаш, Алаша ханға қатысты бір - бірімен үндес аңыздар орын алғаны мәлім, оның бірнеше үлгісіне қатысты нұсқасына тоқталсақ, онда Бұл аңыздар Шыңғысхан мен Жошы ханға бағытталғаны көрінеді. Себебі, екі ұлы ханның да дүниеге келіп хандық құруы үлесіп, құпия тұстары аңызбен көмкеріліп ұрпақтан-ұрпаққа жеткен. Қай қазақты алсаңызда өзінің шығу тарихын, шежіресін Алаш, Алаша ханмен сабақтастырады.

Енді біздер алаш, алаша атауларының мазмұны мен пайда болу тарихына үнілсек. Әрине бұл тақырып көптеген ғалымдардың қызығушылығын тудырған, соның ішінде XX ғасыр басындағы қазақ интеллигенциясының берген мәліметіне үнілсек.

Шыңғысхан шапқыншылығы оның қатігездігі барша адамзатқа аян болды. Халел Досмұхамедов: Орал облысында, - деп жазды ол, Уральски казачи воинскаға қараған қалмақтар бар... қалмақта "алаш" деген сөз бар, казакша мағынасы-өлтіргіш, аямаушы, жаугер" деп [5, 173 б.]. М.Х. Дулати еңбегінде моңғол тілінде "алачи"- "өлтіргіш", яғни "өлтіргіш хан" хан деген ұғым береді. Талас Омарбеков Алаша ханды қазақ зиялы қауымының көзқарасын Ахметханмен байланыстырады.

Алаш деп қалмақтар жақтырмаған орында айтады. Жаны ашымай хайуанаттарды көп өлтіре беретін аңшыларды да қалмақтар "Алаш" деп атайды [5, 173 б.]. Шыңғысхан Жошының өлімі аңшылықта болуы салдары екенін көрсетіп, бәлкім көз бояушылық мақсатпен бе, әйтеуір өз кінәсін жуып-шайу болар, ол жар қазғызып Жошының қазасына себеп болды деген сылтаумен құланды толықтай қырып, асқан аюандық көрсетті. Шыңғысханға Жошының қыпшақтарды жағымды көріп, оның жаугершілік саясатын қолдауын бас тартуы, оның өліміне негізгі себеп болды.

Әбдікәрім Хасенов моңғол жерінде шың мәнінде кімнің үстемдік жасағанын былай түсіндіреді:

"моңғол империясы дәуірлеген тұста дулат тайпасы өзінің ежелгі қоңысында Ташкент іргесі, Шырық, Талас, Шу өзендерінің бойында отырған. Ата-баба дәстүр-салттарының құрып кетпеуін көздеген дулат Өртөбе би, Шағатай ханның найман Кетбұғы би мен үйсін Майқы би, қоңырат Сейгел би Шыңғысханның қызметіне кіреді" [5, 42 б.]. Үйсіннің Майқы биі және де бірнеше қазақ билері Қызыл Арыстанның он екі жасар "ала баласын" кездестіріп, кейінен Алаш деп хан көргенің Мәшһүр Жүсіп шежіресі баяндайды. Алаш ұғымын, Шыңғысхан атымен алмастыруы қисынды, себебі Шыңғысхан мазарын жариялауға тиым болды. Яғни оның ұрпақтарына Шыңғысханның өсиетін орындауы міндеттелді. Содан да болар, хандардың басы Шыңғысхан есімі халық арасында "Алаш" (өлтіруші) деген лақап атаумен аталды. Және татар, моңғол шежіресі бойынша Алынча, татар мен моңғолдың атасы делінеді, яғни Алыншы, Алаш атауларының мазмұны және аталуы ұқсас болуы әріде осы мифтік тұлғаны қалыптастырды деген тұжырымдамыз. Қазақ елінде Алаша ханды мемлекеттің символы қылып алу, туыстық идеологиясын соған бекіту жас Қазақ мемлекетіне мықты іргетас жасап берді. Өте күрделі рулық құрамы бар қазақ халқы үшін Алаша хан таптырмас негіз болды.

Ал қазақта Шағатайлық Ахметханды қалмақтардың Алашы деп атауы себебі, оның да бұрынғы Шыңғысхан жасаған қатігездігімен ерекшеленіп, қайталануымен айтылуы мүмкін [5, 173 б.]. Бұл тұста түйетініміз Шыңғысханның әскерінің негізгі көпшілігін түркі жұрты құрағаның жақсы білеміз. Және де Алашаның тұсында Құрбанғали Халиттің келтірген көне жыр шумақтарында қазақ, қалмақ, ноғайлардың, моңғол, татардың бір болғаның баяндайды. Яғни бұл Ахметханнан ертерек болған тарихи жағдай.

Кіші жүз қазағының ертегі сықылды сөз: Алашы хан деген хан тұсында алапес бала туса, далаға апарып тастапты деп Шәкәрім Құжайбердиев кіші жүздегі алшын руының шығуына қатысты аңызды айтып оны теріске шығарады [6, 70 б.]. "Түгел сөздің түбі бір, түп атасы Майқы би" демекші барлық қазақ аңыздары мен шежірелері ала бала, алаш ұғымының төңірегінде топтасады. "Ақсақ құлан" аңызында Жошының әкесі Алаш деп сипатталатыны бар. Жоғарыда көрсеткеніміздей Шыңғысхан мен Жошының дүниеге келуі біршама жұмбақ күйінде болды, себебі екі ұлы ханды да хан көтеруде оларды мойындамау орын алды. Яғни алалады.

Алаша хан туралы жинақталған дерек аңыздардың көптеген нұсқаларын саластыра келе, М.Ж. Көпейұлы жазбасын ең толық нұсқасы деп таптық:

"Дәл он екі жасында бала Майқы бидің баласы Үйсінге оқтай ұшырап кез болыпты. Оған бір ауыз тіл қатпайды. Үн-түн жоққала береді. Үйсін үйіне барған соң, Майқы биге сөйлепті: "Бір ағаштың көлеңкесінде жас баланы көрдім. Ай десе аузы бар, күн десе көзі бар, көрген кісі қызығып, бір қасық сумен жұтып жіберерлік. Жалғыз айыбы тілі жоқ" - депті.

Майқы би өзі ақсақ екен. Өмір бойы арбамен жүреді екен. Арбасын көлікке жектірмей, жаяу кісіге тартқызады екен. Мені арбамен алып барындар, оны мен көрейін - депті. Бала Майқы биді көргеннен-

ақұшып тұра келіп: "Ассалаумағалайкүм, хан біткенніңқазығы, бұқара жұрттың азығы" - деп сәлем беріпті.- Уағаләйкүмәссәлем, әмсе аман бол, балам. Болайын деп тұрған ұл екенсің, қолына алып салушының жоқтығынан кем болып тұр екенсің.- Кел, балам, қасыма мін - деп арбасына мінгізіп алып, үйіне алып келіп, төрт көл ошаққаздырып, ту бие сойдырып, төменгі елді шақырады. Ала бие сойдырып, аймақ елді шақырады. "Ердің ері, егеудің сынығы" деп баласы Үйсінді бас қылып жүз жігіт қосып береді.- Қара таудан арман қарай асындар, Ұлытау, Кіші тау деген таулар бар. Қаракентгір, Жездікентгір, Құдайберді деген жерлерге барып, ірге теуіп, салық салындар. Ақ найзаныңұшымен, ақ білектің күшімен ел болуды, жұрт болуды ойлаңдар. Күндердің күнінде осы бала хан болады. Сендер қараша боласындар. "Хан әділ болса, қарашасы табанды болса, қара жерден кеме жүргізеді" деген деп батасын беріп, жүргізіп жіберіпті. Ақтау, Ортаудан асып, Шу мен Сарысудан көктей өтіп, Майқы бидің айтқан жеріне келіп, ұйқыны бұзып жылқы алды, күймені бұзып қыз алды. Көш елді жөнекей алды, ереуіл елді отырған жерінде шапты. Өз алдына мал малданып, жан жанданып үйлі-баранды болды. Сатусыз дүние, қалыңсыз қатын ала бастаған соң, ел болмасқа немене. Бұлардың мұндай болғанын баяғы Қызыл Арыстан хан естиді. Қотан, Қоғам, Қоңдыгер, Қобан, Майқы билерге елші жібереді.- Менің баламды жігіт-желең беріп желіктіріп жібергені несі. Баламды өзіме әкеп берсін. Менен қалағанын алсын - деп. Сонан соң бұлар Қотанұлы Болатты жүз жігітпен жібереді. Сендер барып шақырып келіңдер - деп.Бұлар келген соң бұрынғы келгендер: "Қайт деген сөзді айтпандар, өздерің де қайтпандар" дейді. Аты бестісінде қартайтын, Жігіті жиырма бесінде қартайтын, Көк шөпті жұлғаннан басқа ісі жоқ, Еркегі ат болатын, ұрғашысы жат болатын, Тымақты тақияға айырбастайтын, Тары мен бидайдың нанын жегенге, Жаумен көженің суын ішкенге құтыратын, Бөдененің бір санын жегенге күпті болатын, Сарттың жаз болса тұзын, қыс болса отыны мен көмірін тасығаннан басқа қызығы жоқ жерде не ақыларыңқалды? - деген соң: - Рас-ау, рас - деп шақыра келгендер де қайтпай қалып қойыпты. Қызыл Арыстан хан қайта-қайта кісі жіберіп болмаған соң, Қоғам ұлы Алшынды бас қылып жүз кісімен тағы жібереді. Он үш ақсақал қосты. Есеп саны үш жүз он үшке жетсе, дүние жүзі жиылса да бетіне шыдамайды деген. "Түгел сөздің түбі бір, түп атасы Майқы би" аталған кісі осы болса керек. Бұлар енді ел болғанымызды жұрт көзіне түсірейік деп, баяғы ала баланы алашаға салып, Ұлы таудың басына алашамен көтеріп шығарып хан сайлапты. Оған "Алаша хан" деп ат қойды. Бастапқы бірге келген жүз жігіттің бастығы - Үйсін. Бұл Ұлы жүз Үйсін деп аталды. Түпқазығы - Салықшы. Жауға шапқанда бұлар шапқасын. Тас-түйін болып тұрсын депті. Ортада келген жүз жігіттің бастығы Болат қожа. Бұған Орта жүз деп ат қойысыпты. Бұл Орта жүз тосқауылшы орта буында жүрсін. Ханның бақташысы болсын депті. Бұл Орта жүз "Ақ жол" атансын дейді. Соңғы келген жігіттердің басшысы - Алшын. Жаудан беті қайтпайтын жаужүрек, қарсы алдында жүріп жан қадірін білмейтін, бұлар кезуілші болып, ең алдында

жүріп жауға шабатын болсын. Бұған Кіші жүз "Алшын" деп ат қойды. Қазақтың үш жүз аталған жері осы". Қазақ ауыз әдебиетінде жиі кездесетін, аңыз-хикаяларынан белгілі, кемеңгер Майқы би Алаша ханның алғашқы ұстазы, жетекшісі, қамқоры. Аңыз мазмұнына қарағанда "Майқы би өзі ақсақ екен. Өмір бойы арбамен жүреді екен. Арбасын көлікке жектірмей, жаяу кісіге тартқызады екен". Бұл да аңыздың көнелігіне дәлел деген ойдамыз. Майқы бидің нұсқауымен Алаша ханның келген жері Сары арқа. Жүз жігітті жанына қосып беріп Майқы бидің айтқан сөзі "Қара таудан әрман асындар, Ұлытау, Кішітау деген таулар бар, Қаракеңгір, Жездікеңгір, Құдайберлі деген жерлерге барып, ірге теуіп, салық салындар". Бұл атаулардың бәрі де өзімізге таныс Сары арқаның ең бір қасиетті, көне орындары. Шежіреде "салық салындар" деген сөз қоныс сал, тұрақта деген мағынаны білдіреді.

М.Ж. Көпейұлы "алаш" деген сөздің мағынасына аса көңіл бөледі. "Алаш" деген атты ұранға қойып, жауға шапқанда "Алаш-Алаш" деп шабындар, "Алаш" демегенді әкең де болса ұрып жыға беріндер", -деп бата қылысты:

-Кеше Алаш, Алаш болғанда,
Алаша хан болғанда,
Үйіміз ағаш болғанда,
Ұранымыз Алаш болғанда,

Үш жүздің баласы қазақ емес пе едік?! -деп айтылған сөз содан қалған" [7, 48]. Шежіре қазақ этносының бастауын Алаша ханмен байланыстырады.

Бұны біздер аңыздағы көрсеткен Қызыл Арыстан Ұлытауда қоныстанған ала баласының ер жетіп батыр болғаны туралы хабардар болып, оның өзінен кек алама деп үрейленіп, елге қайтарудың қамын ойлап, жүз - жүзден әскер жібергенде қайтпай Ұлытауда хан шатырын көтеруі, Жошының Ордасы болғаны заттай және жазба деректер бойынша мәлім. Қалай дегенмен де Алаша хан туралы аңыз кең байтақ қазақ даласының қай түкпірінде болса да белгілі. Қай қазақтан шежіресіне үңілсеңізде ата-тегің Алаша хан заманынан алып келеді.

Мәшһүр Жүсіп жазбасында, орта ғасырлық жазба деректерін қарап отырсақ Қарахан дәуірінде қарлұқтардың негізгі бөлігін Қызыл Арыстан хан басқарған. "Бұл Алаша ханнан бұрын қазақ ел болып, жұрт болып көзге көрініп, ауызға ілінген емес. Өз алдына отау тіккен емес. Әр жұртқа қоңсы болып жүрген" - деп пайымдайды. Майқы би мифтік бейне деп пайымдалғанымен де, Шыңғысханды хан тағайындаушы, Жошы ханның ақылшысы Майқы би деп баяндалатын деректер бар. Бәлкім Майқы би деп дана қарияны атаған болар, себебі екі кезеңде өмір сүрген аталмыш Майқы би Шыңғысханнан күткен мүйітінің баянсыз болып, елдіктің бастамасын Жошыдан күтіп, оны да кейінен өзге билердің қолдауымен хан көтеріп, ел болудың қамын жасауы мүмкін. Себебі Шыңғысхан Жошыға Солтүстікке қыпшақтарға шапқыншылық жасауды бұйырған болатын. Жоғарыда көрсеткеніміздей оның көшпелі қыпшақ жұртын ұнамды көріп шапқыншылық жасаудан бас тартуы Жошының өліміне әкелді дедік. Қызыл Арыстанның ала баладан үрейленуі орынды, себебі Жошы Шыңғысханның сол тұстағы қауіпті

жауына айналды. Шыңғысхан Жошының дербес билігі Шыңғысхан империясының әлсіреуіне, шапқыншылығының тоқтауына себеп болатындығынан үрейленді. Жоғарыдағы көрсетілген аңыз бен көне жыр жумақтары бір бірімен үлесіп жатыр.

Енді сол Қызыл Арыста бейнесі шындығында тарихи тұлға ма деген тұжырым бар? Себебі, Әбілғазының "Шежіре-и түрк" атты шығармасында Шыңғысханның түріктің Қараханнан тараған ұрпақ екенін, өз кітабын жазарда көптеген ежелгі тарихты пайдаланғанын, алдында 18 бума еңбек жатқанын айтады. Ұлытау өңірі Шыңғысхан үшін жат өлке, өгей аймақ болмаған. Оны Әбілғазы жазған мына жолдан байқауға болады: "Қарахан атасынан кейін бүкіл елге патша болды. Қазіргі Ұлытау және Кішітау дегендерді ол кезде Ертағы және Кертағы деп атайтын. Ол тауларды жайлар еді, қыста Қарақұм мен Сырдың жағасын қыстар еді". Бұл мәлімет Қадырғали Жалайыридің "Шежірелер жинағында" да бар.

Яғни, Шыңғысханның мәйіті жат жеде жатқан жоқ, өзінің ескі жұртында, түріктердің ежелгі мекенінде. Ел шатаспайды, белгі жоғалмайды, еске ұзақ сақталады демекші, Алаша ханның да, Жошының да, Домбауылдың да мазарларының маңына кейінгі өткен замандарда қаншама жақсылар жерленді, алайда халық олардың аттары ұмытты, тек олардың жадында ежелден қалыптасқан атаулар ғана қалды [2, 117-125].

Шәкәрім Құдайберді ұлы: "Арғындар Шыңғысханға соғыспай қараған шығар" - бұл пікір дұрыс болса керек. Егер қарлұқ Арсылан қаған Шыңғыс ханмен бейбіт тіл табысқаны рас болса, онда ол да рас. Арғындардың қарахан иеліктерінің құрамында көбінесе аргу қарлұқ атанып жүрген уақыты осы сияқты [6, 82 б.]. Шежіре мен жазба деректердің шатастыратын тұсы "алты сан алаш" ұғымы. Ал Мұратқан Қани "Қазақтың көне тарихы" еңбегінде Ақ Орда құрамына кірген тайпалардың ішіндегі алты арыс ел - қыпшақ, жалайыр, найман, қоңырат, қаракесек, (арғын) алшын-Шыңғысханның батысқа жасаған жорығының алғашқы кезінде- ақ "алты сан алаш" деген атпен Жошы ұлысына енген [8, 210 б.]. Ал шежіре деректері көрсетіп отырғандай арғын тайпаларының соғыссыз Шыңғысханға қосылғанын әрі әскерінің қатарында болғаны мәлімделінеді. Соңдағы Қызыл Арыслан Шыңғысханның әкесі болуы әбден мүмкін. Себебі, көрсеткеніміздей Шыңғысхан да өз еліне бұған дейін Жошының тағдырын басынан кешкен болатын. Ал қазақтың Майқы би бастаған тобы Шыңғысханды деректерде кездесетіндей он екі жасында тауып оны хан болуға әзірлейтіндігі көрсетіледі. Әбілғазы Бахадүр ханның шежіресінде Шыңғысхан он үш жасында хан көтерілгендігі баяндалады. Себебі, осы тұста Шыңғысхан елден қуылып көмекке мұқтаж болатын. Шыңғысханды бәлкім өз ырықында жүргізуге ұмтылған Майқы би бастаған топ кейін келе бұл мүмкіндіктен айрылды. Аңыздағы Қызыл Арыстан бейнесі, кей тұста Шыңғысхан бейнесімен де алмасып жататындай көрініс береді.

Алаша хан туралы аңыздардың бірнеше үлгісін Ш.Уәлиханов та ел аузынан жазып алып, оларға өте жоғары баға берген. Шоқан жалпы қазақ аңыздарына қатысты мақаласында, олардың тарихи оқиғаларды

нак баяндайтынын, шыншылдығын ерекше атап өтеді [9, 148-166 б.]. Ш.Уәлиханов жазып алған аңыздағы біререкшелік Алаша хан атауының көне заманда пайда болып, кейіннен осы аймақта біріккен қазақ жұртының арғы атасы Алаштың есімімен хан тағайындап, елді алаш атап қазақ халқының басын бір тудың астына жиган.

Еліміздің этнотарихының білгірі Ақселеу Сейдінбек Алаша хан жайлы белгілі әңгімелерді саралап - сараптай келе былай деп жазды: "Жалпы тарихи деректер бір ойға қалдырады. Көпшілікке белгілі, Жошы хан өлген соң арада төрт-бес ай өткенде Шыңғысхан да дүние салған ғой. Жошының денесінің Ұлытау іргесінде жерленгені тарихи шындық. Ал Жошы өлгенде Шыңғыс ханның сол өңірді жайлап отырғаны да күмән тудырмайды. Ендеше Шыңғыс ханның сүйегін мыңдаған шақырым жердегі Қаракорымнан немесе Қытай жерінен іздеудің қисыны қалай деген ой келеді. Ал моңғол хандары міндетті түрде Қаракорымға жерленді деудің қисыны тағы да жоқ, бұл орайда Жошының Ұлытауға, Батудың Сарайшыққа жерленгені айтса да болады" [2, 117-118 б.]. Ал қазақ шежіресіндегі хандардың басы болмаса Орда Ежен десек оның да мазары Ұлытауда орналасқан, кейінгі қазақ хандарына тоқталсақ Керей, Жәнібек, Қасым, Хақназар хан мазарлары да мәлім. Тарихтағы беймәлім хан басы мазарлары ол Алаш мазары, оны хан шежіресіндегі Татар мен Моңғолдың атасы Алынша хан мазары десек VII-VIII ғасырларда қаза тапқан ханға XIII-XIV ғасырларда мазар тұрғызды деуі, оның ішінде бұл кезеңде өткен хандықты дәріптеу мүлде қисынсыз.

Енді біздер Алаша хан мазарының ерекшелігіне тоқталсақ, әрине мазар Жошы хан мазарынан ертерек салынған, Алаша хан ескерткішінің бітім - тұлғасы да, көркемделу тәсілі де әлгі құрлыстардан мүлдем бөлек, басқа талғаммен салынған. Өз төңірегіндегі ескерткіш құрлыстарға қарағанда бұл құрылыс мейілінше тың тәсілмен қаланған. Осы кесенеге алғаш қазба жұмысын жүргізуші Ә.Х. Марғұлан ғимарат ішіндегі мүрдені қазу барысында 5 кг шыны тапқан. Мұның өзі көк түсті пір тұтқан, көк тәңірге табынған көшпелілер дәстүрімен салынған белгі екенің ескергенде [10, 81 б.]. Алаш хан кесенесінің моңғол дәуірі Шыңғысхан кезеңіне жататындығын дәлелдейді.

Шыңғысханның XIII ғ. қытай миниатюрасында бейнеленген бейнесі мен Алаша хан мазарына қазып алынған мүрденің бас сүйегі бойынша онда жерленген мәйіттің М.М.Герасимов зертханасында қайта қалпына келтірген бет әлпеті бір бейнені мензейді.

Жошы хан мазары ондағы жерленген мәйіттің оң қолының жоқтығы, басының тасқа жарылып, омыртқасының сынғаны "Ақсақ құлан" аңыздағы бейнеге келеді, дегенмен Жошы хан 46 жасында қаза тапты делінсе, антропологиялық зерттеулер мәйіттің жас мөлшерін 70-73 жас деп келтіреді. [10, 119 б.].

Құлан ана мазары Жошы ханды өлтіру жайындағы құпия жарлықтың орындалуын басқарған Шыңғысханның күйіне арналғаны жайында аңызда айтылады. Соңдықтан "Ақсақ құлан" күйі Жошы ханның өлімін жеткізе отырып, сол өлім жазасын орындаушы жайында да мағлұмат береді [11, 18 б.].

Қорытындылай келе, аңыздағы ала бала бейнесі Алаша атауымен бейнеленуі әбден қисынды. Яғни

Алаш хан ұғымы-өлтіргіш хан ұғымын берсе. Алаша-алалау, ала бала бейнесіндегі Шыңғысханның күмәнді баласы Жошы хан деген қорытындыдамыз. Ал алаш елі осы Шыңғысханның соңынан ерген жұрты, әскері болуы жоғарыда көрсетілген деректер айғақ.

Осы кезеңге дейін тарихшылар қазақ аңыздарының дәлелді жобасын жоққа шығаруымен болса, енді қайта оралу қажеттілігі сөзсіз. Себебі, Алаша хан тек мифтік бейне емес - ол бірнеше мың жыл бойы көшпелі түрік-мұңғыл жұртының басын қосып, ал қазақ елі үшін елдікті қайта жаңғыртушы, жаңаша бастамасы. Алынша заманынан кейін түркі-маңғол жұртының басын қайта біріктірген Шыңғысхан болды. Ақсақ Темір Ұлытауда болғаны туралы Алтыншоқы тауында тасқа қашап белгі қалдыруының өзі, оның тарихи маңызды аймақ екендігінің дәлелі. Шыңғысханның өлімі барша жұртқа мәлім болды. Оны естімеу, көз көргеннің, құлақ естігеннің бәрі сол сәтте жер жастанды дегенге кім кепіл. Уақыт өте Шыңғысханның есімін атап күмбез көтермесе де, астарлап атау беруі шындыққа жақын. Әлем тарихындағы ұлы хан Шыңғысхан бүгінде Алаш деген атпен еліміздің Ұлы даласында жерленді. Шыңғысханның жерленген жері беймәлім болса, қазақты бір тудың астына топтастырған көшпелі жұрттың ұлы патшасы Алаша ханның кім екендігі белгісіз деген қисынға сиады ма? Аталмыш екі ханның атауы да бірі әлем тарихын екінші бірі қазақ тарихына жаңа бағыт, бастама берді. Отан тарихында Шыңғысхан атауы және оның ұрпақтары шежіре көздерінде Алаша хан және Алаша хан ұрпақтары деп аталады. Ал, өздеріңіз білетіндей қазақ хандары тек Шыңғысхан ұрпақтарынан ғана болуға міндетті.

Әдебиеттер тізімі:

1. Тұрсын Сұлтанов. Алтын Орда. Еуразия даласындағы Шыңғысхан ұрпақтарының мемлекеті-Алматы: Мектеп, 2011.-176 б.
2. Ахметов Қуаныш. Ұлытау. Астана: "Фолиант" баспасы, 2006. - 344 бет. "Менің Отаным - Қазақстан" сериясы.
3. Атамыз Алаш туралы. Қазақ ру. Халықаралық қазақ сервері. Режим обращения - <http://www.kazakh.ru/talk/mmess.phtml?id=97248>
4. Халид Құрбанғали. Тауарих хамса (бес тарих). -Алматы: Қазақстан, 1992. 228-б.
5. Омарбеков Т., Омарбеков Ш. Қазақстан тарихына және тарихнамасына ұлттық көзқарасы. Алматы: Қазақ университеті, 2001. - 156 б.
6. Құдайберді ұлы Ш.К. Түрік, қарғыз-қазақ ғәм хандар шежіресі. 2-ші бас. толық. - Астана: "Алтын кітап", 2007.-270 б. - (Қазақ этнографиясының кітапханасы, 28-ші том).
7. Көпейұлы М.-Ж. Қазақ шежіресі. Алматы, 1993.
8. Қазақтың көне тарихы/ Дайындаған М. Қани.-Алматы: Жалын, 1993.-400 б.
9. Валиханов Ч.Ч. Киргизское родословие // Собр. соч. в 5 т., т.2. Алма-Ата, 1985, с.166.
10. Аршабеков Т.Т., Жұмабеков Ж.А., Төлеуов Т.С. Ұлытау - Нұра өңірлерінің тарихи-мәдени ескерткіштері. Қарағанды: Гласир, 2007. - 250 б.
11. Киелі Ұлытау. Сакральный мир Улытау. Фотоальбом/ Құраст. Б.Қожахметов, Э.Р.Усманов. - Алматы: "Арыс" баспасы, 2011. - 32 бет.

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

№4 (35) 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	26.12.2014 г.	Подписано к печати
Пішімі	A4	Формат
Көлемі, ес.б.т.	8,3	Объем, п.л.
Таралымы	300	Тираж
Тапсырыс	№7719	Заказ
Келісімді баға		Цена договорная



Редакцияның мекен-жайы - Адрес редакции
100009, г.Караганды, ул.Академическая, 9.

Отпечатано в типографии Карагандинского экономического университета