



НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

РА Н З И Т Н А Я

КОНОМИКА

В НОМЕРЕ:

**1
2016**

INVESTMENT DIRECTIONS OF POPULATION IN THE
REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ВАЖНАЯ
СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА
В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

ПРАВОВАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА КАЗАХСТАНА:
ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ

ТРАНЗИТНАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический журнал «Транзитная экономика» является одним из ведущих периодических научных изданий Республики Казахстан в области экономических наук, издается с июля 1997 года, имеет свою стабильную аудиторию.

На страницах журнала Вы найдете широкий спектр различных мнений и полезную информацию по вопросам экономической политики, разработки экономического механизма индустриально-инновационного развития Казахстана, проблемам развития отдельных отраслей и сфер экономики.

Публикации журнала ориентированы на специалистов и аналитиков республиканских и региональных органов управления, государственного сектора экономики, крупных народнохозяйственных структур, высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов, студентов, магистрантов, докторантов и круг читателей, проявляющих профессиональный интерес к проблемам социально-экономического развития. В редакционный совет входят ведущие ученые-экономисты Казахстана, ближнего и дальнего зарубежья.

Периодичность выхода журнала – один раз в 3 месяца.

Подписку на журнал можно оформить во всех почтовых отделениях «Казпочта», в подписных агентствах «Казпочта», «Евразия-Пресс», «Эврика-Пресс», «Nomad Press», «Press.kz».

Индекс подписки 75781. Подписная цена на год для физических и юридических лиц – 7800 тенге.

Издатель ИП «ХАНШАЙЫМ»:

ИИК KZ90826A1KZTD2020958, КБЕ 19

в Филиале АО «АТФ Банк» г. Алматы:

БИК ALMNKZKA, БИН 721019401132

Условия подписки и размещение статьи:

Обращаться в редакцию по адресу:

050050, г. Алматы, ул. Сатпаева, д. 30а, офис 62

Сайт: www.tranzek.kz

E-mail: tranzit_ek@mail.ru, ajjan1910@mail.ru

Телефоны: 8 (747) 373 93 26, моб. 8 (701) 373 93 26

ISSN 2413-4953

Научно-практический
журнал
«Транзитная экономика»

Издается с июля
1997 года

Учредитель:
ИП «Ханшайым»

Главный редактор
Айжан Асилова

Редакционный совет:

Узан Искаков

(Казахстан)

Жанар Аубакирова

(Казахстан)

Валентина Бондаренко

(Россия)

Асан Сатмурзаев

(Казахстан)

Петя Колева

(Франция)

Айгуль Садвакасова

(Казахстан)

Ерканат Темирханов

(Казахстан)

Жангельды Шимшиков

(Казахстан)

Раушан Азбергенова

(Казахстан)

Салима Барышева

(Казахстан)

Журнал
зарегистрирован
в Министерстве
связи и информации
Республики Казахстан

Свидетельство
№ 14503-Ж

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ

- Tussayeva A.K., Masakova S.S.**
Investment directions of population in the
Republic of Kazakhstan..... 4

ГЛОБАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

- Байтанаева Б.А., Оспанова А.К.**
Финансовое планирование как важная
функция банковского менеджмента..... 11
- Утепбергенов Ж.К., Кابدешова А.А.**
Қазақстан Республикасындағы екінші
деңгейдегі банктердің өтімділігін
басқару әдістерін жетілдіру жолдары... 18
- Сейнасинов М.А.**
Роль финансового анализа в финансо-
вом планировании предприятий..... 27

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

- Джарикбаева Д.Т., Керимкулова А.А.**
Анализ исполнения расходов госу-
дарственного бюджета Республики Ка-
захстан..... 36
- Нурманова А. Р.**
Современные тенденции развития
маркетинговой деятельности банков-
ской системы Казахстана..... 42

За содержание публикуемых в журнале авторских материалов и рекламы редакция ответственности не несет.

Мнение автора не всегда совпадает с мнением редакции.

Подписной индекс
75781

Формат 70×108 1/16.
Бумага офсетная
Печать Riso
Тираж 500 экз.
Цена договорная

050050, г. Алматы,
ул. Сатпаева, д. 30а,
офис 62

Тел.: 8 (747) 373 93 26,
8 (701) 373 93 26

www.tranzek.kz
tranzit_ek@mail.ru,
aijan1910@mail.ru

Отпечатано в издательском центре журнала «Транзитная экономика»

©Транзитная экономика
2016

Бижигитова Л.Т.

Особенности повышения конкурентоспособности предпринимательства Казахстана в современных условиях.. 49

ИНСТИТУТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Абдуллаева Б.А.

Қаржы институттарында операциялық тәуекелді басқару..... 55

Бағзат А., Айгаринова Г.Т.

Правовая институциональная среда Казахстана: особенности и тенденции..... 61

Байтанаева Б.А., Ерембетова Д.М.

Собственный капитал предприятия: структура и виды..... 68

Биматова Ж.Б., Ускеленова А.Т.

Экономика знаний как приоритет развития альтернативной системы управления знаниями..... 76

Мельдеханова А.А.

Организация службы логистических процессов и запасов на предприятии. 81

Нукашева Н.С.

Бюджетирование как инструмент оперативного контроллинга строительного производства..... 90

Арзаева М.Ж., Садыханова Д.А., Асилова А.С.

Салт – дәстүрге бай білім ордасы..... 94

Нургазина А.М., Асилова А.С.

Летняя школа «Биржевой трейдинг» Казахского Национального Университета имени аль-Фараби..... 96

Требования к содержанию и оформлению статей..... 99

UDC 336.767

A.K. Tussayeva, candidate of economic science, associate professor
S.S. Masakova, candidate of economic science, associate professor
T. Ryskulov New Economic University, Almaty c.

INVESTMENT DIRECTIONS OF POPULATION IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract. In the article the issues about the direction of investments in the country of Kazakhstan are considered. Such financial instruments as deposits, stocks in the IPO and shares of investment funds are handled. There the dynamic analysis of these instruments is presented, and recommendations for investing in these instruments are offered.

Keywords: investment, deposit, stocks, IPO, investment funds.

Currently, financial institutions and intermediaries offer the public a wide range of financial instruments on the financial market. It should be noticed that the leading position among all financial market instruments accounted for bank deposits. The popularity of the deposit in the domestic market includes the following main factors - historical factor, the state guarantee for a safety of deposits and the lack of competition for bank deposits.

The historical factor. Historical background, the emergence, the formation of the banking system occurs before the obtaining a state's independence. The formation and development of the banking system of the Republic of Kazakhstan covers decades. Therefore, the use of banking services, including investment in the deposit is considered as commonplace.

The state guarantee of deposits. A key factor in the general interest to the instrument affects its safety in any case. Thus, in the country there is the Deposit Guarantee Fund of natural persons, members of which are all second-tier banks. This factor increases the competitive edge of deposits that reliably counteracts fears during economic downturns in the economy.

Lack of competition. In the monopoly of banks deposits did not affect the development of other financial market instruments. An alternative to deposits are considered to be securities and units of investment funds. Kazakhstan stock market goes stages of activation, but securities transactions still take weightless share among private investors [1].

There are 35 commercial banks in Kazakhstan [2], but the situation on the deposit base is characterized by uneven distribution, as shown in table 1.

Table 1 – Bank’s ranking of time-deposit of population, 1.11.2015

№	Bank’s name	Population’s time-deposit, thousand tenge	%
1.	Halyk bank	1 236 963 159	20,96
2.	Kazkommertsbank	1 212 798 354	20,55
3.	Kaspi bank	571 007 588	9,68
4.	Bank Centercredit	447 546 189	7,58
5.	Sberbank of Russia	427 767 120	7,25
6.	Tsesna Bank	399 251 705	6,77
7.	ATF Bank	317 168 605	5,37
8.	House Construction Savings Bank of Kazakhstan	284 555 693	4,82
9.	Forte Bank	254 890 880	4,32
10.	Eurasian Bank	230 548 890	3,91
11.	Others	518 738 852	8,79
	Total	5 901 237 035	100,00

Note – compiled by the authors according to the site www.investfunds.kz

The reputation of the bank affects the ranking of the bank, as well as its history and the branch network in the country. Halyk Bank and Kazkommertsbank have the most extensive network in the country; in addition there is an excellent reputation among the population, which affects the demand of the population to banks’ products. In two large conglomerates account for 41,51% the proportion of the deposit base.

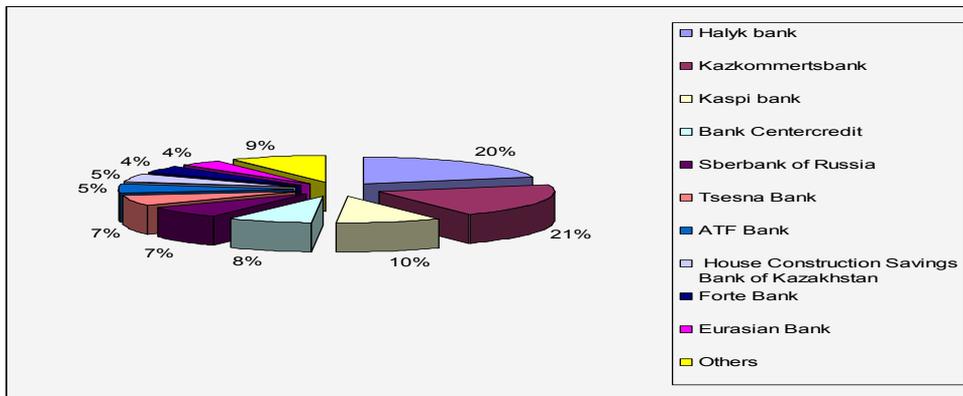
Table 2 – Comparative analysis time-deposits of population in 2012 and 2015, million tenge

	Total deposit of population,	Time-deposit of population	Timedeposit in national currency	%	Time-deposit in foreign currency	%
01. 01.12	2 764 275	2 408 661	1 291 230	54	1 117 431	46
01. 01.13	3 438 507	3 009 298	1 732 676	58	1 276 622	42
01. 01.14	3 966 310	3 485 081	1 762 593	51	1 722 488	49
01. 01.15	4 336 240	3 877 972	1 035 189	27	2 842 783	73
01. 10.15	5 895 954	5 356 252	1 006 645	19	4 349 607	81

Note – compiled by the authors according to the information of National Bank RK [2]

Deposits of the population in the country on 01.11.2015, amount to 5901,2 billion tenge. Table 2 provides an analysis of fixed-term depos-

its of individuals. For the analysis, we have excluded demand deposits and conditional deposits as time deposits show us the real picture [3].



Picture 1 – Time-deposit of population in the second-tier banks, 1.11.2015

Over the past 3 years the increasing trend of household deposits in banks is observed. If in 2014, an increase was of 15%, in the current year this figure amounted to 35.9% (in October of this year compared to the beginning of the year).

During 2012 and 2013 term deposits population in the national currency exceeded the level of deposits in foreign currency. However, the devaluation in 2014 has affected the investment preferences of people, and deposits in foreign currency exceeded the national currency deposits. To date, deposits in foreign currency is 81%.

Although the highest bid rate on tenge deposits, as shown in Figure 2, the demand for foreign currency deposits has a progressive trend.

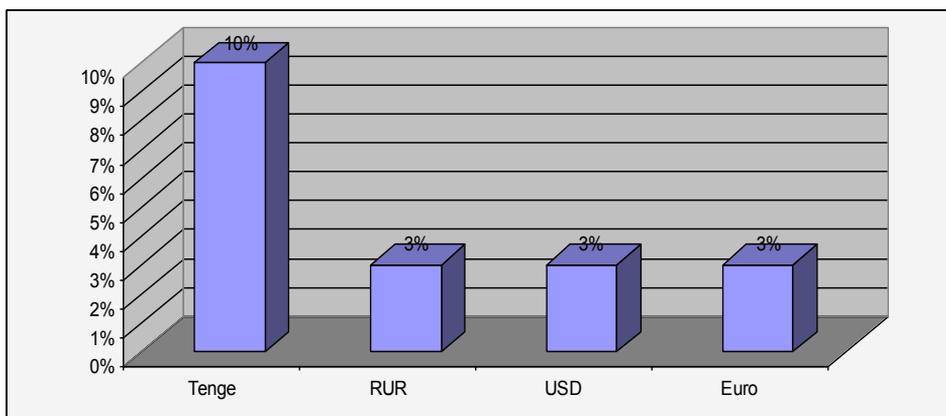


Figure 2 – The interest rate on bank deposits for individuals [3]

The highest nominal rate on time-deposits for individuals accrued on 10%. The most attractive rates for deposits in Euro, in US dollar and Russian ruble totaled 3%. The analysis shows us that the annual interest rate on deposits does not affect an essential role in the investment preferences of investors.

The analysis of the deposit market proves to us that the demand for bank deposits has a positive trend, and the rumors of an impending crisis did not discourage investors from savings in banks. However, the devaluation of the tenge reflected in the currency preferences of investors – more and more investors are investing money in foreign currency. This phenomenon will probably continue in the current year, which aggravates the situation on the currency market. For stabilizing the effect the State should combine monetary and fiscal instruments that would solve this problem.

In addition to the deposit in financial markets present an attractive tool – stock. Of course, it is impossible to compete with marketplaces such as the NYSE, NASDAQ or LSE. Nevertheless, on the Kazakhstan Stock Exchange there are many financial instruments, which are very attractive for investors. The main area of trading of shares and corporate bonds is the Kazakhstan Stock Exchange. Shares listed 85 issuers with 108 tools (common and preferred shares), but the main trading accounted for by 6 companies issuers [4].

Table 3 – Major issuers in Kazakhstan stock exchange

Code	Name of issuer	stock price, tenge 21.12.2014	Stock price, tenge 11.12.2015	growth, %
HSBK	Halyk Savings Bank of Kazakhstan JSC	31	42	35,48
KCEL	Kcell JSC	1550	1250	-19,35
KEGC	KEGOC JSC	505	718	42,18
KZTK	Kazakhtelecom JSC	9000	9300	3,33
KZTO	KazTransOil JSC	640	784	22,50
RDGZ	KazMunaiGas EP JSC	14000	14232	1,66

Note – compiled by the authors according to the information of KASE [4]

Table 3 shows us that during the year on shares of 5 issuers have a positive return and one company has negative return. These issuers included in the list of Category 1, and their shares considered liquid. However, we offer to buy shares during the IPO. This method assumes the issuance of shares to the public. Practice shows that the shares issued by the method of IPO tend to grow. Kazakhstan's practice of offering the program «People's IPO» and IPO's for companies whose shares are not included in this program.

People's IPO program is an initiative of the President of Kazakhstan for giving the opportunity for people to become co-owners of the leading companies in the country. During the program, they will be offered shares of the largest, stable and promising public companies. Thus, the public is given the opportunity to participate in the earnings of these companies, moreover, by attracting Kazakhstani people on the stock market, to increase the investment culture in the country, to give impetus to the stock exchange and the financial sector. Currently, there are all the factors for a successful implementation of the IPO in Kazakhstan. It is attractive issuers from the point of view of investors, quite well-functioning infrastructure and a direct interest of potential investors.

Availability of reliable, efficient, safe and liquid capital market is essential for Kazakhstan companies in frame of extra access to finance.

By «popular» IPO shares of the following companies were issued: JSC «KazTransOil» and JSC «KEGOC».

National companies will be quoted on the stock exchange on an equal footing with other members of KASE, respectively, and the price of their shares may also like to rise or fall. Very carefully it was selected the most stable companies, demonstrating excellent growth prospects for participation in the national IPO and it can be assumed that the share price will show a positive trend in the long run, but no one can guarantee complete absence of periodic drops in prices. There is always a need to take into account macroeconomic factors beyond private companies.

And one more instrument for the investment of the population - mutual funds. The management company, which is engaged in raising funds and investing, issues the shares (registered security) and forms a mutual fund. It manages this fund, trying to increase the value of a share.

Table 4 – Ranking of Mutual funds from 2014 to 2015

№	Fund's name	Investment portfolio manager	Type of fund	Share price, tenge 31.12.14	Share price, tenge 30.01.15	growth, %
1.	Fund of Euro-bond	Sentras Securities	Interval	994779,39	1644664,76	65,33
2.	Kaznacheistvo	Sentras Securities	Open	310772,8	493064,47	58,66
3.	Center Credit – Reasonable balance	BCC Invest	Interval	1,99	2,22	11,46
4.	Asyl Expert	Asyl Invest	Interval	1630,31	2250,75	38,06

Note – compiled by the authors according to the site www.investfunds.kz

Pessimistic pattern is also observed in the market of mutual funds (Table 4). If the bank rate on tenge deposits is 10% per annum, then the

increase in the share to 10% does not inspire investors to invest in this risky tool. In this case, in our view, the lack of comparability of profitability to the level of risk will continue to push investors from buying the instrument.

Table 4 shows that the yield of the instrument is very attractive for investors. But it should be kept in mind that investing in the investment fund is a risky investment. Therefore, this instrument is suitable for investors with an aggressive investment strategy.

In conclusion it would like to note that in the country there are visible instruments of investment. But as the «golden rule» diversifies – do not invest only in a single instrument. While investing it is necessary to consider investing time and investment objectives. If the term deposit withdrawals will not affect the return on investment, for units (stocks) and shares this factor is very important. Since selected the wrong time to withdraw money from the stock or share can not bring income but loss.

REFERENCES

1. Tussayeva A.K. Deposits of the population in the Republic of Kazakhstan: current state and investment preferences // Proceedings of VI All-Russian scientific-practical conference with international participation «Science Days 2015». – The Russian Federation, Novosibirsk, March 17-20, 2015. – P.252 -256.
2. Report of the National Bank of Kazakhstan on the current state of the banking sector // www.nationalbank.kz
3. Information portal about personal finance and investments // www.investfunds.kz
4. Data on Kazakhstan Stock Exchange // www.kase.kz
5. IPO in Kazakhstan: experience and prospects // Proceedings of the VIII International scientific-practical conference «Achievements of Higher Education». – Hungary, Sofia, 17-25 November, 2012. – P.5-10. – 0,5

А.К. Тусаева, экономика ғылымдарының кандидаты, доцент
С.С. Масакова, экономика ғылымдарының кандидаты, доцент
Т. Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық университеті, Алматы қ.

Қазақстан Республикасында халық инвестицияларының бағыттары

Түйіндеме. Мақалада республика аумағында инвестициялау бойынша сұрақтар қарастырылған. Біз инвестициялау құралдары ретінде депозиттерді, IPO кезіндегі акциядарды және инвестициялық қорлардың пайларын ұсынамыз. Осы құралдардың бірнеше жылдағы салыстырмалы талдауы жүргізілген және инвестициялау бойынша ұсыныстар берілген.

Түйін сөздер: инвестициялар, депозиттер, акциялар, IPO, инвестициялық қорлар.

А.К. Тусаева, кандидат экономических наук, доцент
С.С. Масакова, кандидат экономических наук, доцент
Новый экономический университет имени Т. Рыскулова, г. Алматы

Направления инвестиций населения в Республике Казахстан

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы куда вкладывать инвестиции в республике. Предлагаются такие инструменты как депозиты, акции во время IPO и паи инвестиционных фондов. Проведен анализ данных инструментов за несколько лет и приведены рекомендации по инвестированию в данные инструменты.

Ключевые слова: инвестиции, депозиты, акции, IPO, инвестиционные фонды.

УДК 338.26

Б.А. Байтанаева, профессор, кандидат экономических наук

А.К. Оспанова, магистрант

Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева, г. Алматы

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ВАЖНАЯ ФУНКЦИЯ БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье рассматриваются особенности стратегического планирования в банковской деятельности, исходя из системы стратегических целей и потребностей на перспективу в финансовых ресурсах, а также источниках их привлечения, эффективности использования собственных и заемных средств банка в процессе его функционирования и развития. Отмечается, что составной частью процесса стратегического управления банковской деятельностью является стратегическое планирование. При этом особое внимание уделяется основным составляющим стратегического плана банка.

Ключевые слова: стратегия, миссия, цели, SWOT-анализ

Каждый коммерческий банк, начиная свою деятельность, должен отчетливо представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь точно рассчитывать эффективность использования средств, в процессе его функционирования и развития. Стратегическое планирование характеризуется так же, как и обычное планирование, с той лишь разницей, что в основе процесса принятия решений лежит отчетливо сформулированная стратегия и стратегические цели функционирования и развития банка.

Стратегический менеджмент (стратегическое управление) – это деятельность по обеспечению реализации целей организации (банка) в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды, позволяющая оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивой к внешним требованиям [1].

Стратегия определяется как совокупность наиболее важных целей функционирования и развития банка и концептуальных подходов (тактических, политических и др.) их практической реализации. Как процесс, стратегическое планирование может быть выстроено в определенную технологическую цепочку: миссия, цели,

SWOT-анализ, выбор стратегии, реализация стратегии, контроль и оценка стратегии.

Особенностью процесса стратегического управления являются:

- сложность описания объектов анализа, которое может быть произведено на словесном, структурно-логическом и математическом языках;

- большая степень неопределенности получения результатов при реализации решений (стратегий);

- наличие значительного количества частично управляемых и неуправляемых переменных;

- большая трудоемкость и длительность процесса, требующая значительных затрат и использования высококвалифицированных специалистов.

Миссия дает субъектам внутренней и внешней среды общее представление о банке, к чему стремится банк и какие средства готов при этом использовать; способствует внутреннему единению банка и формированию его корпоративного духа; создает возможность для более эффективного управления банком, поскольку является базой для установления его целей и стратегии, распределения ее ресурсов; раскрывает для сотрудников банка смысл и содержание их деятельности.

Рассмотрим процесс стратегического менеджмента в коммерческом банке на примере АО «Банк ЦентрКредит». Миссия банка: один из лучших банков предоставляющий высококачественный сервис, новые продукты и инструменты, ориентированные на клиента. После разработки миссии банка в технологической цепочке стратегического планирования необходимо приступить к постановке стратегических целей, т.е. масштабных задач банка по всем направлениям его деятельности, ориентированных на реализацию сформулированной миссии [2].

После разработки миссии банка в технологической цепочке стратегического планирования необходимо приступить к постановке стратегических целей, т.е. масштабных (как правило, долгосрочных и капиталоемких) задач банка по всем направлениям его деятельности, ориентированных на реализацию сформулированной миссии.

Цели устанавливаются для успешного функционирования и развития банка в долгосрочной перспективе. Однако цели должны быть реальными, они должны устанавливаться исходя, из потенциала банка и должны удовлетворять некоторым ключевым требованиям банка, среди которых *достижимость, гибкость, измеримость, конкретность, совместимость, приемлемость, согласованность*.

1. Процесс стратегического управления представлен на рисунке



Рисунок 1 – Процесс стратегического управления

Одной из стратегических задач АО «БанкЦентрКредит» является выход на рынки ближнего зарубежья, предоставление банковских и финансовых услуг на территории стран СНГ с целью увеличения капитализации банковского холдинга. Главной задачей является создание и развитие конкурентной банковской группы на ключевых рынках стран СНГ. Основные стратегические задачи Банка ЦентрКредит [6]:

- Консолидация менеджмента со стратегическим партнером. Через сокращения GAP между двумя банками и консолидацию финансовой отчетности. Совершенствование процессов банка посредством трансферта и внедрения технологий Kookmin Bank.
- Совершенствование системы управления рисками.
- Внедрение интегрированной системы анализа и оценки рыночных рисков.
- Совершенствование системы управления операционными рисками.
- Усиление компетенций управления кредитными рисками совместно с дополнительными мероприятиями бизнеса.
- Эффективное финансовое планирование и усиление доходности.
- Разработка новых продуктов и новых инструментов, ориентированных на клиента. Ориентированная на клиента модель бизнеса через комплексный подход к продажам и обслуживанию. Развитие продуктового ряда, структурированные банковские продукты

для различных сегментов бизнеса – крупный, средний, малый и розничный. Развитие систем самообслуживания и удаленного доступа.

– Реализация новой ИТ – стратегии, позволяющей повысить эффективность и оперативность управления бизнес-процессами.

– Внедрение автоматизированных систем управления и контроля, оптимизация процессов и процедур в области управления рисками.

При разработке стратегических планов банка используется SWOT-анализ.

Полученная информация представляет собой массив первичных сведений и в результате обработки превращается в базу стратегических данных.

Для анализа угроз и возможностей, которые могут появиться во внешней среде по отношению к банку, а также его сильных и слабых сторон, применяют метод SWOT-анализа. Применение этого метода позволяет установить линии связи между силой и слабостью банка, а также внешними угрозами и возможностями, которые в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии банка (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ деятельности АО «Банк ЦентрКредит»

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Надежность банка 2. Доступ к денежным ресурсам 3. Высокое качество обслуживания клиентов 4. Оперативная система консультирования и поддержки клиентов 5. Использование последних достижений НИОКР в работе банка 6. Низкие процентные ставки по кредитам 7. Широкий спектр предлагаемых услуг 8. Наличие каналов, по которым мы можем получать продукты, которых нет у других банков 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие четкой маркетинговой стратегии развития 2. Недостаточный бюджет на маркетинговые составляющие 3. Малоизвестность банка 4. Использование ограниченных методов продвижения банковских услуг
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение доли рынка 2. Повышение спроса на кредитные услуги банка 3. Снижение уровня налоговой нагрузки 4. Увеличение льгот и субсидий от государства 5. Ослабление конкурентов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение темпов развития отрасли 2. Выход на рынок новых конкурентов или поглощение иностранным банком 3. Рост налогов 4. Изменение предпочтений клиентов 5. Усиление финансового кризиса 6. Ужесточение политики НБ РК

Исходя из проведенного SWOT-анализа деятельности банка АО «Банк Центр Кредит», можно предложить следующие направления его стратегической деятельности:

- поддерживать сильные стороны и конкурентные преимущества банка;
- увеличить спектр методов маркетингового продвижения и стимулирования;
- разработать четкую маркетинговую стратегию развития кредитной организации
- снизить комиссионные по некоторым видам расчетно-кассовых услуг;
- повысить известность (узнаваемость) банка Известность прибавляет не только клиентов. Банк благодаря этому становится более стабильным в глазах потребителей банковских услуг;
- устранить слабые стороны;
- не упустить свои возможности, добиваться льгот и субсидий от государства;
- смягчить влияние внешних угроз.

Анализ – это важнейший инструмент, который участвует в разработке стратегии развития предприятия.

SWOT-анализ деятельности банка за последние несколько лет позволяет сделать выводы о сильных и слабых сторонах банка. Таким образом, АО «Банк ЦентрКредит» обладает значительными возможностями, зрелой и развивающейся клиентской базой, чтобы абсорбировать достаточно крупные возможные заимствования.

Стратегия разрабатывается применительно к двум процессам: *функционирования и развития.*

Стратегия функционирования, по мнению американского исследователя М. Портера, может троеиться в трех вариантах: *лидерства в снижении издержек, дифференциации и фокусирования* [3].

Стратегия лидерства в снижении издержек ориентирует банк на получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат.

Стратегия дифференциации состоит в концентрации усилий банка в определенных приоритетных направлениях, где банк пытается достичь превосходства над другими.

Стратегия фокусирования основывается на достижении конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг путем реализации одного из вариантов, описанных выше.

Банк, не сумевший направить свою стратегию функционирования по одному из этих вариантов, оказывается уязвимым в стратегическом отношении.

Стратегия развития связана с потенциалом банка и существует в четырех видах: *роста, умеренного роста, комбинирования.*

Стратегия роста предполагает ориентацию на агрессивную конкурентную политику, направленную на вытеснение конкурентов с использованием наиболее жестких, в том числе и не всегда легитимных, методов. Реализация этой стратегии обычно связана с приоритетной ориентацией на наиболее рентабельные, следовательно, рискованные финансовые операции.

Стратегия умеренного роста присуща банкам, твердо стоящим на финансовом рынке и действующим в традиционных сферах услуг. Эта стратегия декларирует необходимость поступательного развития банка на рынке и улучшение его рыночных позиций скорее качественного, нежели количественного характера.

Комбинированная стратегия использует различные варианты, в результате чего одни виды деятельности или рынки кредитной организации развиваются быстро, другие – умеренно, третьи стабилизируются, четвертые сокращают масштабы. В итоге в зависимости от фактического сочетания будут происходить общий рост, стабилизация либо общее сокращение масштабов деятельности.

Выбор стратегии осуществляется на основе интересов высшего руководства и анализа ключевых факторов, характеризующих состояние кредитной организации и внешней среды, с учетом портфеля услуг и сущности стратегических альтернатив.

Этап реализации стратегии не менее важен, чем этап ее формирования в рамках стратегического планирования. Каждая стратегия формируется для ее воплощения.

Реализация стратегии подразумевает, что организация устанавливает тактические цели, мотивирует работников и распределяет ресурсы таким образом, чтобы способствовать достижению стратегической цели. При этом формируется, развивается и поддерживается корпоративная культура, которая способствует реализации стратегии. Также создается определенная организационная конструкция управления, распределяются маркетинговые усилия, подготавливаются бюджеты, развивается информационная система, а также устанавливается соответственная система оплаты труда. Персонал мобилизуется для того, чтобы реализовать выбранную стратегию, что предполагает дисциплину и ответственность. Успех реализации стратегии критическим образом зависит от адекватной мотивации сотрудников [5].

На стадии стратегического контроля осуществляется анализ того, насколько успешна принятая стратегия, насколько в полной мере она была осуществлена. В стратегическом плане должна сохраняться объективная оценка сильных и слабых сторон банка (говорить о силе или слабости можно только имея базу сравнения, в

данном случае конкурентов) в отношении доли обслуживаемого рынка, качества оказываемых услуг и их цен.

Оценка рисков и возможностей. Стратегический план должен содержать оценку рыночных опасностей, а также возможностей достижения целей и задач в каждом из сегментов, в которых банк действует или только намеревается действовать.

Важно отметить, что стратегическое планирование (в отличие от долгосрочного) ориентировано не на элементарную фиксацию показателей деятельности банка на долгосрочную перспективу. Оно предусматривает выбор таких направлений и сфер деятельности, которые обеспечат рост его конкурентоспособности. Таким образом, стратегическое планирование является функцией направленности развития банка, а долгосрочное планирование – функцией времени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов. – М.:ЮНИТИ,2001.
2. В.Д. Дорофеев. Менеджмент в сфере банковской деятельности / В.Д. Дорофеев. – Пенза: Изд-во ПИЭРИАУ, 2010. – 530 с.
3. Байтанаева Б.А. Стратегическое планирование в коммерческом банке, Хабаровшы. Вестник КазНТУ им.К.И. Сатпаева, – № 5 (87), 2011.
4. Байтанаева Б.А., Оспанова А.К. Стратегическое планирование в коммерческом банке как предпринимательской организации // Транзитная экономика, – № 1 (101), 2015. – С. 88-91.
5. Каренов Р.С. Стратегический менеджмент. – Караганда: ИПЦ «Профобразование», 2006. – 362 с.
6. Интернет ресурс: <http://old.bcc.kz/about/strategy/>

Б.А. Байтанаева, профессор, экономика ғылымдарының кандидаты
Ә.Қ. Оспанова, магистрант
Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық техникалық зерттеу университеті,
Алматы қ.

Қаржылық жоспарлау банктік менеджменттің маңызды қызметі ретінде

Түйіндеме. Мақалада банк қызметіндегі стратегиялық жоспарлаудың ерекшеліктері, стратегиялық мақсаттың және болашақ қаржылық ресурстар қажеттіліктерінің жүйесіне негізделген, сондай-ақ оларды тарту көздері, жұмыс істеу мен даму барысында банктің меншікті қаражаты мен қарыз қаражатын пайдаланудың тиімділігі қарастырылған. Банк қызметіндегі стратегиялық басқару стратегиялық жоспарлау процессінің құрамдас бір бөлігі екені атап өтілген. Сонымен қатар банктің

стратегиялық жоспарының негізгі құраушыларына ерекше назар бөлінген.

Түйін сөздер: стратегия, миссия, мақсаттары, SWOT-талдау.

В.А. Baitanayeva, professor, candidate of economic sciences

А.К. Ospanova, undergraduate

Kazakh National Research Technical University

after K.I. Satpayev, Almaty c.

Financial planning asan important function of banking management

Abstract.In the article the features of the strategic planning in bank activity are examined based on the strategic goals and the needs of the future financial resources as well as the sources of their attraction, efficient use of own and borrowed funds of the bank in the process of its functioning and development. It is noted that part of the process of strategic management in banking is strategic planning. Special attention is paid to the basic components of the strategic plan of the bank.

Keywords: strategy, mission, goals, SWOT-analysis.

ӘОЖ 338.26

Ж.К. Утепбергенов, аға оқытушы

А.А. Кабдешова, магистр

Т. Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық университеті, Алматы қ.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕКІНШІ ДЕНГЕЙДЕГІ БАНКТЕРДІҢ ӨТІМДІЛІГІН БАСҚАРУ ӘДІСТЕРІН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Түйіндеме. Мақалада Қазақстан Республикасындағы екінші деңгейдегі банктердің өтімділігін басқару әдістері, өтімділікті бағалау, активті және пассивті операцияларды басқару үдерісі, валюталық өтімділікті басқару мен функциялары қарастырылады. Сонымен қатар екінші деңгейдегі банктердің активтері мен пассивтерін кешенді басқару тәсілдерінің жетістіктерге қол жеткізу мүмкіндігі ұсынылған.

Түйін сөздер: өтімділікті басқару, өтімділікті бағалау, ішкі міндеттемелер, сыртқы міндеттемелер, ақша-несие саясаты, баға тұрақтылығы.

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 2014 жылғы 11 қарашадағы «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» атты халыққа Жолдауында Ұлттық банк пен Үкіметке 2014 жылғы 1 мамырға дейін инфляцияны орта мерзімді перспективада 3-4

пайызға дейін төмендетудің кешенді шараларын әзірлеуді, Үкімет Ұлттық банкпен бірлесіп, 2014 жылғы 1 маусымға дейін Қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі кешенді бағдарламасын әзірлеуді, Үкімет «Самұрық-Қазына» қорымен бірлесіп, мемлекеттің қатысы бар барлық компанияларға талдау жүргізіп, жеке секторға берілетін кәсіпорындар тізімін анықтауды, сонымен қатар осындай жұмысты қалған мемлекеттік секторларда да жүргізу қажеттігін атап өтті [1].

Кез-келген банктің қызметін басқарудың ең маңызды міндеттерінің бірі өтімділіктің қажетті деңгейін қамтамасыз ету болып табылады. Өзіне қажет уақытта және өзіне қолайлы бағамен қаражаттарға қол жеткізе алатын болса, банк өтімді болып табылады. Бұл ең алдымен банктің кредиторлар мен салымшылар алдындағы қарыздық міндеттемелерін орындау үшін қажет. Яғни, клиенттер алдындағы қарызын уақытында өтеу үшін банктің қолында өтімді қаражаттар бар болу керек, немесе банк мұндай қаражаттарды активтерді сату немесе қарыз алу арқылы қалыптастыруға қабілеті және беделі жеткілікті болу керек.

Қазақстан Республикасы ақша-несие саясатының 2015 жылға арналған негізгі бағыттары туралы 2015 жылғы 27 ақпан Алматы қ. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің Басқармасы 2015 жылғы 25 ақпанда Қазақстан Республикасы ақша-несие саясатының 2015 жылға арналған негізгі бағыттарын мақұлдады. Қазақстан экономикасының дамуына 2015 жылы әлемдік қаржы және тауар нарықтарындағы құбылмалылықты қоса алғанда, қолайсыз сыртқы факторлар әсер етуі мүмкін [2]. Мұндай жағдайда Қазақстан Республикасының ақша-несие саясаты баға тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталатын болады. Жылдық инфляцияны 6,0-8,0% шегінде ұстап тұру Қазақстан Республикасы ақша-несие саясатының негізгі мақсаты болып табылады.

Ұлттық Банк 2015 жылға арналған ақша-несие саясатының банктердің өтімділігін реттеу жөніндегі шараларын әзірледі. Бұл мақсатта Ұлттық Банк ақша-несие саясатының қысқамерзімді теңгемен өтімділігін беру және алып қою жөніндегі құралдарының жүйесін кеңейтеді. Өтімділікті беру ашық нарық операциялары арқылы, сондай-ақ тұрақты механизм шеңберіндегі операциялар бойынша жүзеге асырылатын болады. Банктердің портфельдеріндегі өтімді бағалы қағаздардың шектеулі көлемін ескере отырып, банктердің теңгемен өтімділікке қол жетімділігін қамтамасыз ету үшін ақша-несие саясатының құралдары бойынша кепілмен қамтамасыз етудің тізбесін кеңейту жоспарланып отыр.

2015 жылы теңгемен жинақ ақшаның тартымдылығын арттыру және долларсыздандыру саясатын іске асыру мақсатында ең төменгі резервтік талаптар механизмін өзгерту жоспарланып

отыр. Валюта саясаты Қазақстан экономикасының ішкі және сыртқы бәсекеге қабілеттілігінің арасындағы теңгерімділікті қамтамасыз етуге бағытталатын болады.

Ұлттық Банк ақша-несие саясатының баға тұрақтылығын қамтамасыз ету жөніндегі негізгі мақсаты мен қаржы жүйесінің тұрақтылығына жәрдемдесу арасындағы теңгерімділікке қолдау көрсететін болады.

Ақша-несие саясатының шараларын іске асыру инфляцияны нысаналы дәлізде ұстап тұру үшін және экономиканың ұзақмерзімді орнықты өсуі үшін жағдайларды қамтамасыз етуге бағытталады.

Қазақстан әлемдік экономиканың шапшаң дамуына жедел үн қатқан және алдын алу шараларын іске асыруға кіріскен әлемдегі алғашқы мемлекеттердің бірі болды.

Экономиканы долларландыру деңгейін төмендету жөніндегі шаралар туралы 2014 жылғы 4 наурыз Алматы қ. Ұлттық Банк Үкіметпен бірлесіп Қазақстан экономикасын долларландыру деңгейін төмендету жөніндегі 2015-2016 жылдарға арналған іс-шаралар жоспарын әзірледі, ол Үкіметтің 2015 жылғы 17 ақпандағы мәжілісінде мақұлданды. Сонымен бірге, бұл Жоспар Ұлттық Банк Басқармасының 2015 жылғы 25 ақпандағы отырысында мақұлданды [3].

Жоспар үш негізгі стратегиялық бағытты қамтиды:

- 1) макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету;
- 2) қолма-қол ақшасыз төлемдерді дамыту және көлеңкелі айналымды қысқарту;
- 3) ұлттық валютаның шетел валютасынан басымдығы.

Бірінші бағыт бойынша Жоспарда экономиканы әртараптандыру және өндірілетін тауарларда, жұмыстарда және көрсетілетін қызметтерде қазақстандық қамтуды арттыру жөніндегі шаралар көзделген.

Екінші бағыт бойынша қолма-қол ақшасыз төлемдерді дамыту жөніндегі шаралар көзделген.

Үшінші бағыт бойынша халықтың ұлттық валютадағы депозиттері бойынша кепілдік беру мөлшерін 5 млн теңгеден 10 млн теңгеге дейін ұлғайту, халықтың шетел валютасындағы депозиттері бойынша сыйақы мөлшерлемесін жылдық 3%-ға дейін төмендету, банктерге өтімділік беру және банк секторын сауықтыру, бағаны шетел валютасында (оның ішінде шартты бірліктермен) көрсетуге тыйым салуды белгілеу көзделген.

Экономиканы долларландыру деңгейін төмендету ұзақ үдеріс болып табылады, оны табысты іске асыру Үкімет пен Ұлттық Банктің ғана емес, сол сияқты экономиканың барлық субъектілерінің өзара байланысты шаралар кешені мен бірлескен

күш-жігерін пайдалана отырып, тұрақты әрі жоспарлы жұмысы кезінде мүмкін болады.

Ең төменгі резервтік талаптар туралы жаңа қағидалар жөнінде 2014 жылғы 26 наурыз Алматы қ. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің Басқармасы 2015 жылғы 20 наурызда «Банктердің есеп айырысу үшін қабылдайтын міндеттемелерінің құрылымын, ең төменгі резервтік талаптарды орындау шарттарын, резервке қою тәртібімен бірге, ең төменгі резервтік талаптар туралы қағидаларды» бекітті, сондай-ақ ең төменгі резервтік талаптардың нормативтерін белгіледі.

Ең төменгі резервтік талаптар тетігіне өзгерістер Ұлттық Банктің ақша-несие саясаты құралдарының жүйесін жетілдіру және Қазақстанда инфляциялық таргеттеу режимін енгізу шеңберінде енгізілді. Банктердің ұлттық валютадағы міндеттемелерінің өсуін одан әрі ынталандыру және қаржы секторын долларландыруды төмендету мақсатында Ұлттық Банк резиденттік пен мерзімдік қағидатын сақтай отырып, міндеттемелерді теңгедегі және шетел валютасындағы деп бөлуді көздейтін резервтік міндеттемелердің анағұрлым жан-жақты құрылымын енгізді.

Сонымен қатар, банктердің өтімділікті басқару жөніндегі мүмкіндігін жақсарту мақсатында орташаландыру қағидаты сақтала отырып ең төменгі резервтік талаптарды есептеу тәртібі өзгертіледі. 2015 жылғы 23 маусымнан бастап ең төменгі резервтік талаптарды айқындау және резервтік активтерді қалыптастыру кезеңдері күнтізбелік 28 күнді құрайды және тікелей бірінен соң бірі келетін болады. Бұл Ұлттық Банк үшін ашық нарықта операцияларды жүргізу қажеттілігін бағалауға және өтімділікті басқару сапасын жақсартуға мүмкіндік береді.

Болашақта ең төменгі резервтік талаптарды орындау кезінде негізгі рөл банктердің Ұлттық Банктегі ұлттық валютадағы корреспонденттік шоттарын пайдалануға берілетін болады. Ең төменгі резервтік талаптарды орындау үшін қолма-қол ақша кассасаның көлемі 2015 жылғы 23 маусымнан бастап ең төменгі резервтік талаптарды айқындау кезеңі үшін ең төменгі резервтік талаптардың орташа мөлшерінің 70%-нан аспайтын, 2016 жылғы 5 қаңтардан бастап – ең төменгі резервтік талаптарды айқындау кезеңі үшін ең төменгі резервтік талаптардың орташа мөлшерінің 50%-нан аспайтын болады [4]. Резервтік міндеттемелердің әрбір түрі бойынша 2015 жылғы 12 мамырдан бастап ең төменгі резервтік талаптардың мынадай жеке нормативі белгіленді:

1) банктің ұлттық валютадағы қысқа мерзімді ішкі міндеттемелері үшін 2,0%;

2) банктің ұлттық валютадағы қысқа мерзімді сыртқы міндеттемелері үшін 4,0%;

3) банктің ұлттық валютадағы ұзақ мерзімдішікі міндеттемелері үшін 0,0%;

4) банктің ұлттық валютадағы ұзақ мерзімді сыртқы міндеттемелері үшін 2,0%;

5) банктің шетел валютасындағы қысқа мерзімдішікі міндеттемелері үшін 2,0%;

6) банктің шетел валютасындағы қысқа мерзімді сыртқы міндеттемелері үшін 6,0%;

7) банктің шетел валютасындағы ұзақ мерзімді ішкі міндеттемелері үшін 0,0%;

8) банктің шетел валютасындағы ұзақ мерзімді сыртқы міндеттемелері үшін 2,0%.

Ұлттық валютадағы міндеттемелер бойынша неғұрлым төменгі нормативтерді белгілеу теңгемен көрсетілген құралдардың тартымдылығын арттырып, экономиканы долларландыруды төмендетуге ықпал ететін болады.

Көрсетілген ең төменгі резервтік талаптардың нормативтерін белгілеу нәтижесінде, бағалау бойынша, банк жүйесінің ұлттық валютадағы өтімділігі 40 млрд теңгеге ұлғаяды, олар банктердің экономиканың нақты секторын несиелеуіне бағытталуы мүмкін.

Өтімділікті тек бағалау ғана емес, онымен басқаруға болады. актив пен пассивті басқару үдерісі, банк менеджерлері банк валюталық өтімділігін басқару мен функциялары:

- несиеге сұранысты қанағаттандыру;
- депозиттен шығару кезінде салымшының тілегін қанағаттандыру;
- нарыққа банктің сенімділігін көрсету;
- табыстылығы жоқ активтер нәтижесінде қаражаттың жұмсалмауы;
- нарықтағы тартылатын ресурстарды тартуды шектеу;
- банктің жиынтық пайдасын оңтайландыру.

Осылайша, кез келген басқарушылық жүйеде банк валюталық өтімділігін басқару жүйесінен тұратын стратегиялық және тактикалық құраушыны айырып отыру қажет.

Қаржылық нарықтың дамуымен, олардың жекелеген секторының, мемлекеттік жүйенің ақша несие реттелуі, банк жүйесі мен банк валюталық өтімділігін басқару теориясы дамыды: коммерциялық ссудалар теориясы, ауысу теориясы, күтілетін табыс теориясы, пассивтерді басқару теориясы және т.б. Олардың барлығының кемшіліктері бар, және банк ресістарын басқарғанда тактика мен стратегияны таңдаған кезде таза түрінде қолданылмайтындығы анық. Бірақ жағдайға байланысты, бұл теориямын ұсынылған ұстаным нақты тәжірибеде және банк валюталық өтімділігі мен төлемқабілетін реттеуге мүмкіндік береді.

Қазіргі кезде банк тәжірибесінде соңғы өтімділікті басқару стратегиясының түрі қолданылады. Ол активтер мен пассивтерді басқарғанда мықты жақтарын ескереді, теріс салдарын невилерлеу арқылы. Бірақ, Жиналған өтімділіктің сандық қатынасы мен сатып алушылық өтімділік және өтімділіктегі банк жиынтық қажеттілігін анықтау активтер мен пассивтерді басқарудағы мәселелердің бірі болып табылады. Несиеге сұраныс деңгейі мен депозиттерді тарту мүмкіндігі тек банктің қаржылық жағдайы мен оның бизнесіне ғана байланысты емес, басқа да факторларға байланысты.

Осылайша, өтімділікті басқару стратегиясын өңдеуде менеджерлер сыртқы ортаның дамуы мен өтімділік қорын құруға қатаң критерийлерді қолдану қажет. Сонымен қатар, өтімділікті бақару стратегиясы активтер мен пассивтердің өзгеруін және олардың қатыстылығын банк операцияларының құрылымының тұрақтылығын құру үшін қажет.

Банктік менеджмент өтімділікті басқару мәселесін ішкі және сыртқы факторларға әсер еткенде ғана шешіледі. Активпен пассивті ағымдағы басқару таңдалған стратегия бойынша жүзеге асуы тиіс, ол банктің даму мақсатарына сүйенуі тиіс, оның ішкі мүмкіншіліктері мен нарықтың қаржылық даму болжамы, жалпы экономикалық жағдай. Бұл стратегияның сандық өлшемдері әр түрлі активтер мен пассивтер қатынасын ағымдағы қызмет процессінде анықталып және ұсынылған лимиттер жүйесін ұсыну болып табылады. Таңдалған стратегияны өтімділікті басқару стратегиясын болашақта жоспарлауды жүзеге асыруда банк менеджерлері түрлі әдістерді пайдаланулары мүмкін. Активтерді басқару стратегиясы банк міндеттемелерін уақтылы орындалуын қамтамасыз ету үшін өтімді түрде резервленуі тиіс төлем қаражаттарының көлемін есептеу қажет.

Ең алдымен банктер өтімділікті жоғалту тәуекелі мониторингіне тәсілдерді елеулі түрде қайта өңдеуі тиіс болады, ал банктердің активтері мен пассивтерін басқару стресті ахуалдардың туындауын ескере отырып үлгіленуі тиіс. Көрсетілген шаралар банктерге жекеше де, шоғырландырылған негізде де, сондай-ақ банк конгломераты шеңберінде де қолданылатын болады.

Банк капиталының қорғаныс қызметі банктің салым иелеріне жәрдем ақы төлеу мүмкіндігін ғана емес, сол сияқты ағымдағы табыс болмаған жағдайда зияндарды жабуға қызмет етуін сипаттайды. Сондықтан да, оның азаюы банктің банкротқа ұшырауына жол береді. Қорғаныс қызметі меншікті капиталдың ең басты қызметін білдіреді. Қазіргі банк жүйесінде орын алған басты мәселелер мыналарды анықтап береді, оларға: біріншіден, капиталдану деңгейінің төмендігі, екіншіден өтімділік пен қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етудің жеткіліксіздігі, үшіншіден, банк

қызметінде озық технологияларды игерудің әлсіздігі, төртіншіден, тәуекелдерді басқару жүйесін дамыту туралы мәселелерді шешу. Демек, аталған мәселелер бүгінгі банктік сектордың бәсекелестігін тежейтін басты факторларға айналуға, отандық банктеріміз мынадай қағидаттарды басшылыққа алуға тиіс [5]:

1) *Салымдарды кепілдендіру.* Қазақстандық жеке тұлғалардың салымдарды сақтандыру қорына мүше болу арқылы банктер салымдардың сақталуы мен қайтарылуына кепіл беруге тиіс. Бұл қағидаттың сақталуы тек қана банкке байланысты емес, сондай ақ аталған қордың салымдарды кепілдендіру мөлшерлеріне де байланысты. Отандық банктеріміз халықтың салымдарын үлкен сомда және ұзақ мерзімге тартуға кепілдік бере алмайды. Біздің ойымызша, Қазақстандық жеке тұлғалардың салымдарды сақтандыру қорының жарғылық капиталын және оған қосатын банктердің мүшелік жарнасын өсірумен қатар, қордың кепіл беретін сомасын өсіру, яғни кемінде 1 млн теңгеге дейін көтеру қажет. Мұндай шара отандық банктеріміздің ресурстарының тапшылығы мәселесін шешуге оң ықпал етер сөзсіз.

2) *Міндеттемені орындау.* Банктік салым туралы келісімшартқа сай және клиенттердің алғашқы талабы бойынша клиенттер алдындағы міндеттемелерді толық және уақытылы орындау.

3) *Ашықтылық.* Банктің қаржылық жағдайы туралы клиенттердің барлығына ақпараттың ашық немесе қол жетімді болуы (заңмен тиым салынбағаннан басқалары). Шын мәнісінде отандық банктердің ашықтығына қатысты мәселелер өз шешімін таппай отырғандығы белгілі. Нақтырақ айтсақ, отандық банктеріміз тапқан пайдасы, өтімділік жағдайы және проблемалық активтері туралы шынайы мәлімет беруді қаламайды.

4) *Бәсекелестік.* Банк өзінің депозиттік өнімдерінің депозиттік нарықтағы бәсекелестік қабілетін арттыру үшін мынадай шешімдер қабылдау қажет:

– бұрын шығарған және жаңадан шығаратын депозиттік өнімдерінің сапасын арттыру мақсатында банк үнемішкі және сыртқы депозиттік нарықтарға маркетингтік зерттеулер жүргізу қажет және депозиттер бойынша жәй, күрделі және прогрессивтік пайыз есептеу әдістерін пайдалану;

– депозиттер бойынша ұтыс жариялау, салым иелеріне сыйлық беру, бонус жүйесі сияқты маркетингтік ынталандыру әдістерін қолдану қажет;

– депозиттік және жинақ сертификаттарын шығару және олар бойынша бәсекелестік артықшылықтарды ұсыну қажет;

– клиенттерге өте жоғары мәдени және сапалы қызмет көрсету.

5) *Құпиялылық.* Клиенттермен қарым-қатынас орнату барысында алынған кез келген ақпаратты, соның ішінде: клиенттердің мәліметтері, олардың қызметі, қаржылық мүдделері қатаң құпия болуға тиіс.

Банк қызметіндегі қаржылық тәуекелді басқару тетіктерінің жеткіліксіздігі. Яғни бүгінгі күні отандық банктеріміздің барлығы дерлік осы мәселені шешуді дұрыс жолға қоя алмай отыр. Әсіресе банктердің активтерінің, оның ішінде несиелік қоржындарының сапасының төмендеуі немесе ондағы проблемалық несиелердің (күмәнді және үмітсіз) үлесінің соңғы жылдардағы артуы, банктердің басындағы қаржылық тәуекелді басқарудың қазіргі заманға сай тәсілдерін қолдануды іздестіруді қажет етеді.

Банктік қызметтер нарығында отандық банктер арасындағы бәсекелестіктің даму деңгейінің төмендегі, яғни активтердің 93% үлесі «үлкен үштікке», ал бірінше тұрған 15 банктердің жиынтық активтерінің үлесі 98% тең десек, ал қалған 18 банкке 2% тиеді екен. Бұл жерде біріншіден, банктік қызметтер нарығының монополияланғандығы, екіншіден, нарықтағы ұстанымы аз банктердің ертеңгі тағдыры қатты ойландыруға тиіс. Банктік тәжірибе бойынша банктің өтімділігін басқаруда бірқатар ұсыныстар ойластырылды.

Біріншісі ол, өтімділікті басқару менеджерлері қаражаттарды тарту мен қолдануға жауап беретін барлық банк бөлімдерінің қызметін бақылау қажет, өзінің қызметін басқа бөлімдер жұмысымен реттеу. Мысалы, коммерциялық несиелік бөлімі жаңа несиелік бағыт ашқан кезде, өтімділік қаржымен жұмыс істейтін менеджер сол несиелікке қажетті қаражатты алуға дайын болуы қажет. Егер жедел және жинақ шоттар бөлімі таяу күндеріірі депозиттік сертификаттардың түсуін күтсе, қаржымен жұмыс істейтін менеджер ол туралы хабары болуы қажет.

Екінші ұсыныс, өтімділікті басқару менеджерлері банк клиенттерінің қай уақытта шоттарынан қаражаттарын алатындығы туралы мен депозиттерін қай уақытта толтыру мүмкіндігін біліп отыруы тиіс. Ол басқарушыларға өз жұмыстарын жоспарлауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, екінші деңгейдегі банктердің активтері мен пассивтерін кешенді басқару тәсілі мынадай жетістіктерге қол жеткізуге мүмкіндік береді:

– берілген тәуекел деңгейінде банктің өтімділігі мен табыс алуын қамтамасыз ететін активтердің ықшамды құрылымын жасауға;

– тартылған қаражат көздері бойынша жұмсалатын шығынды азайтуды қамтамасыз ететін пассивтердің ықшамды құрылымын қалыптастыруға;

– ең жоғары маржа алуды, яғни активтер табыстылығы мен пассивтер шығысының арасындағы айырманың оң болуын қамтамасыз ететін активтер мен пассивтер құрылымын құруға.

Қорыта келгенде, банк активтер мен пассивтерін кешенді басқарудың басты мақсаты қолайлы тәуекел жағдайында банктің активі мен пассивті кешенді түрде тиімді басқару арқылы банктің пайдасын арттырып, оның нарықтық құнын өсіру болып табылады. Екінші деңгейдегі банктердің табыстарының жоғарғы қарқынмен өсуі өз кезегінде банктік капиталдың деңгейін арттыруға байланысты олардың мүмкіндіктерінің барлығын көрсетеді.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 2014 жылғы 11 қарашадағы «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» атты халыққа Жолдауы, – Астана.

2. Қазақстан Республикасы ақша-несие саясатының 2015 жылға арналған негізгі бағыттары туралы 2015 жылғы 27 ақпан Алматы қ.

3. Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы 2014 жылғы 29 тамыз № 954 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы

4. Қазақстан Республикасы Ұлттық банкінің 2012-2014 жылғы есебі. www.nationalbank.kz.

5. Банковское дело / под ред. доктора экономических наук У.М. Исакова. – Алматы: Экономика, 2013.

Ж.К. Утепбергенов, старший преподаватель

А.А. Кابدешова, магистр

Новый экономический университет имени Т. Рыскулова, г. Алматы

Пути совершенствования методов управления ликвидностью банков второго уровня в Республике Казахстан

Аннотация. В статье рассматриваются методы управления ликвидностью банков второго уровня в Республике Казахстан, оценка ликвидности, процесс управления активными и пассивными операциями, функции и управление валютной ликвидностью. А также предложены возможности способов достижения результатов комплексного управления активами и пассивами банков второго уровня,

Ключевые слова: управление ликвидностью, оценка ликвидности, внутренние обязательства внешние обязательства, денежно-кредитная политика, стабильность цен.

Zh.K. Utepbergenov, senior lecturer
A.A. Kabdeshova, master in science
T. Ryskulov New Economic University, Almaty

Ways of improving methods of management of liquidity of second tier banks in the Republic of Kazakhstan

Abstract. The article considers methods of managing the liquidity of second tier banks in the Republic of Kazakhstan, the assessment of the liquidity management process is active and passive operations, functions and management of monetary liquidity. And also suggested possible ways. the achievement of integrated management of assets and liabilities of second tier banks.

Keyword: liquidity management, liquidity evaluation, internal liabilities external liabilities, monetary policy, price stability.

УДК 336

Сейнасинов М.А., магистрант
Казахский национальный исследовательский технический
университет имени К.И. Сатпаева, г. Алматы

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ФИНАНСОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Методы анализа и планирования финансовых средств на каждом предприятий разрабатывается индивидуально. На сегодняшний день в Казахстане организаций и предприятия сталкиваются с быстро меняющимися условиями рынка, на которое оказывает влияние как внешние, так и внутренние факторы. В статье рассмотрены и обобщены основные теории планирования финансов и его анализ в процессе. В современных условиях выживаемость предприятия в конкурентной среде зависит от его финансовой устойчивости, которая достигается посредством повышения эффективности производства на основе экономического использования всех видов ресурсов, снижения затрат, выявления имеющихся резервов повышения производства продукции (работ, услуг) и увеличения прибыли.

Ключевые слова: финансовое планирование, анализ, анализ финансового положения предприятия, методы, финансовые средства, работы и услуг, прибыль.

Каждое предприятие, предприниматель, организуя свою деятельность, преследует цель – получить максимальный размер дохода. Для реализации этой цели необходимы средства производства, эффективное использование которых и определяет конечный результат работы.

Развитие рыночных отношений в обществе привело к появлению целого ряда новых экономических объектов учета и анализа. Одним из них является капитал предприятия как важнейшая экономическая категория и, в частности, собственный капитал. Значимость последнего для жизнеспособности и финансовой устойчивости предприятия настолько велика, что она получила законодательное закрепление в Гражданском кодексе РК в части требований о минимальной величине Уставного капитала, соотношений Уставного капитала и чистых активов; возможности выплаты дивидендов в зависимости от соотношения чистых активов и суммы Уставного и резервного капитала [1].

Основная проблема для каждого предприятия, которую необходимо определить – это достаточность денежного капитала для осуществления финансовой деятельности, обслуживания денежного оборота, создания условий для экономического роста.

Финансовое планирование – составная часть планирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Направлена на реализацию стратегии и оперативных задач предприятия [4].

Для финансового планирования организации необходимо пройти несколько этапов:

- 1 этап. Анализ финансового положения предприятия
- 2 этап. Составление Бизнес-плана (определение целей предприятия)
- 3 этап. Финансовое планирование организации [5].

Это основные этапы, встречающиеся на каждом предприятиях, рассмотрим подробнее каждый из них:

Финансовое положение организации характеризуется в целом следующими параметрами ее функционирования:

- прибыльность (рентабельностью);
- ликвидность (платежеспособностью);
- наличием собственных финансовых ресурсов, достаточных для организации производства и процесса реализации продукции (работ, услуг);
- рациональным размещением и использованием основных фондов и оборотных средств;
- финансовой устойчивостью и кредитоспособностью.

Финансовое положение организации, ее устойчивость и стабильность непосредственно зависят от результатов ее производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это благоприятно влияет на финансовое положение организации, и наоборот, из-за невыполнения плана по производству и реализации продукции (работ, услуг) происходит повышение ее себестоимости,

уменьшение выручки и суммы прибыли и, как следствие, ухудшение финансового положения организации и ее платёжеспособности.

Проводимой по вышеизложенной схеме анализ ликвидности баланса является приближенным. В рамках углубленного анализа в дополнение к абсолютным показателям целесообразно рассчитать ряд аналитических показателей – коэффициентов ликвидности.

Подразделение краткосрочных активов на три группы позволяет построить три основных коэффициента ликвидности, которые можно использовать для обобщенной оценки ликвидности и платёжеспособности организации. Это следующие коэффициенты:

1. *Коэффициент текущей ликвидности (покрытие) = Краткосрочные активы/Краткосрочные обязательства (1)*

Коэффициент текущей ликвидности дает общую оценку ликвидности организации, показывая, сколько тенге краткосрочных активов приходится на один тенге краткосрочных обязательств

2. *Коэффициент быстрой ликвидности = (Краткосрочные активы – Запасы)/Краткосрочные обязательства (2)*

Коэффициент быстрой ликвидности помогает оценить возможность погашения организацией краткосрочных обязательств, в случае ее критического положения, когда не будет возможности продать запасы

3. *Коэффициент абсолютной ликвидности = Денежные средства и их эквиваленты/Краткосрочные обязательства (3)*

Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием платёжеспособности организации и показывает, какая часть краткосрочных задолженности может быть при необходимости погашена немедленно за счет имеющихся денежных средств.

4. *Коэффициент общей платежеспособности = Валюта баланса / (Краткосрочные обязательства + Долгосрочные обязательства) (4)*

Он наилучшим образом показывает реальную способность организации расплачиваться по своим долгам. Данный показатель характеризует достаточность денежных средств, получаемых организацией в результате хозяйственной деятельности для покрытия затрат, возникающих в процессе деятельности: на возмещение капитала, инвестиций в запасы, выплату дивидендов и т.д. Для получения достоверного заключения о динамике и уровне платежеспособности организации необходимо принимать в расчет следующие факторы:

– *Характер деятельности организации.* Например, у организаций промышленности и строительства велик удельный вес запасов и мал удельный вес денежных средств;

– *Условия расчетов с дебиторами.* Поступление дебиторской задолженности через короткие промежутки времени после покупки продукции (работ, услуг) приводит к не большой доле в составе краткосрочных активов долгов покупателей, и наоборот;

– *Состояние запасов.* У организации может быть избыток или недостаток запасов по сравнению с величиной, необходимой для бесперебойной деятельности;

– *Состояние дебиторской задолженности:* наличие или отсутствие в ее составе просроченных и безнадежных долгов.

Рассчитанные значения показателей ТОО «XXX» оформляется в виде таблицы 1:

Таблица 1 – Коэффициенты платежеспособности организации

Показатели	На начало года	На конец года	Рекомендуемые значения
Коэффициент текущей ликвидности	6,24	3,00	≥ 2
Коэффициент быстрой ликвидности	0,27	10,4	≥ 1
Коэффициент абсолютной ликвидности	-	-	$\geq 0,25$
Коэффициент общей платежеспособности	2,72	1,31	≥ 2

Финансовая устойчивость характеризуется способностью организации обеспечивать свои потребности источникам финансовых ресурсов и современно расплачиваться по своим долгам, т.е. фактически отражает платежеспособность организации. Она зависит от многочисленных и разнообразных факторов внутреннего и внешнего характера.

Внутренними факторами, определяющими финансовую устойчивость, являются:

- отраслевая принадлежность организации;
- состав и структура выпускаемой продукции;
- величина, структура и динамика издержек;
- размер уставного капитала организации;
- состав и структура имущества и финансовых ресурсов и

т.д.

К внешним факторам, влияющим на финансовую устойчивость организации, относятся:

- экономические условия хозяйствования;
- платежеспособный спрос потребителей;
- налоговая и кредитная политика;
- степень развития финансового рынка;

– изменение курса валют и т.д.

Анализ финансовой устойчивости исходит из основной формулы баланса, устанавливающей сбалансированность показателей активов и пассивов, которая имеет следующий вид:

$$A_{\text{к}} + A_{\text{д}} = O_{\text{к}} + O_{\text{д}} + K \quad (5)$$

где: $A_{\text{к}}$ – краткосрочные активы;

$A_{\text{д}}$ – долгосрочные активы;

$O_{\text{к}}$ – краткосрочные обязательства;

$O_{\text{д}}$ – долгосрочные обязательства;

K – капитал [2].

Бизнес-план является одним из основных средств управления организацией. Он составляется в случаях:

- обоснования и осуществления инвестиционных проектов;
- реализация отдельных крупных хозяйственных операций;
- эмиссии ценных бумаг;
- определения перспектив развития фирмы;
- проведение реорганизационных мероприятий;
- финансового оздоровления организации.

Финансовый план – важнейший элемент бизнес-плана, составляемого как для обоснования конкретных инвестиционных проектов и программ, так и для управления текущей и стратегической финансовой деятельностью. Этот документ обеспечивает взаимо-увязку показателей развития предприятия с имеющимися ресурсами [4].

Исходные данные для составления финансового плана содержатся в бизнес-плане предприятия, а также бюджете капитальных вложений. основополагающими разделами финансового плана являются:

- смета объема реализации;
- баланс денежных поступлений;
- план прибылей и убытков;
- плановый бухгалтерский баланс;
- расчет точки безубыточности продажи товаров.

Главные методы составления финансового плана:

- метод процента от реализации;
- бюджетное планирование или составление системы взаимосвязанных смет.

Пример финансового планирования:

За предыдущий год получены данные отчета о прибылях и убытках (таблица 2).

Таблица 2 – Отчет о прибылях и убытках за год, предшествующий планируемому

Показатели	Сумма, тыс. тенге
Выручка от продажи продукции	500
Себестоимость проданных товаров (прямые расходы на производство продукции)	400
Коммерческие и управленческие расходы	52
Валовая прибыль до уплаты процентов и налогов	48
Выплата процентов за пользование заемными средствами	8
Прибыль до налогообложения	40
Налог на прибыль (24%)	9,6
Дивиденды (40% от чистой прибыли)	12,6
Нераспределенная прибыль	17,8

Маркетинговая служба дала прогноз, что выручка от реализации составит на планируемый период 750 тыс. тенге, темп роста ее за год – $750/500 \cdot 100 = 150\%$.

В отчете о прибыли и убытках к расходам, зависящим от объема продаж, относятся прямые расходы на производство продукции. Коммерческие и управленческие расходы, сумма выплат процентов за пользование заемными средствами и дивиденды на первом этапе расчетов (первой итерации) принимаются неизменными. Воспользуемся первым вариантом. Тогда планируемые расходы и прибыль после первой итерации составят (таблица 3).

Таблица 3 – Первая итерация составления плана о прибылях и убытках на плановый год

Показатели	Сумма, тыс. тенге
Выручка от продажи продукции	750
Себестоимость проданных товаров (прямые расходы на производство продукции)	$400 \cdot 1,5 = 600$
Коммерческие и управленческие расходы	52
Валовая прибыль до уплаты процентов и налогов	98
Выплата процентов за пользование заемными средствами	8
Прибыль до налогообложения	90
Налог на прибыль (24%)	21,6
Дивиденды (40% от чистой прибыли)	12,6
Нераспределенная прибыль	55,8

Прогнозное значение показателей, зависящие от объема продаж, могут быть определены по-разному. Самый простой вариант: условно принимается, что все показатели, перечисленные выше и зависящие от объема продаж, изменяются в плановом периоде прямо пропорционально изменению объема продаж. В действительности далеко не все рассматриваемые показатели изменяются в плано-

вом периоде прямо пропорционально изменению объема продаж. В процессе анализа отчетных данных за ряд лет, предшествующих плановому периоду, устанавливается степень зависимости отдельных позиций от объема продаж. Для этих целей используются различные методы, включая регрессионно-корреляционный анализ.

Упрощенный баланс фирмы на 31 декабря года, предшествующего планируемому, приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Упрощенный баланс фирмы на 31 декабря года, предшествующего планируемому

АКТИВ			ПАСИВ		
№ п/п	Наименование статьи	Сумма, тыс. тенге	№ п/п	Наименование статьи	Сумма, тыс. тенге
1	Долгосрочные активы	150	1	Уставный капитал	150
2	Краткосрочные активы – всего	195	2	Не распределенная прибыль	48
	В том числе:		3	Долгосрочные обязательства	82
3	Запасы и затраты	100	4	Краткосрочные обязательства – всего	65
4	Дебиторская задолженность	85		В том числе:	
5	Денежные средства	10	5	Краткосрочные кредиты и займы	10
6	БАЛАНС	345	6	Кредиторская задолженность поставщикам	30
			7	Задолженность по заработной плате с отчислениями, налогами	25
			8	БАЛАНС	345

В балансе к статьям, зависящим от объема продаж, относятся: денежные средства предприятия; дебиторская задолженность; запасы и затраты; кредиторская задолженность по начисленной оплате труда с отчислениями на социальные нужды и налогам. Уставный капитал, долгосрочные кредиты банков и заемные средства, краткосрочные кредиты банков и заемные средства (векселя) на первом этаперасчетов (первой итерации) принимаются неизменными. Тогда планируемый баланс первой итерации составит следующие значения (таблица 5).

Таблица 5 – Планируемый баланс первой интерации

АКТИВ			ПАСИВ		
№ п/п	Наименование статьи	Сумма, тыс. тенге	№ п/п	Наименование статьи	Сумма, тыс. тенге
1	Долгосрочные активы	150	1	Уставный капитал	150
2	Краткосрочные активы – всего	293	2	Не распределенная прибыль	48+56=104
	В том числе:		3	Долгосрочные обязательства	82
3	Запасы и затраты	150	4	Краткосрочные обязательства – всего	97
4	Дебиторская задолженность	128		В том числе:	
5	Денежные средства	15	5	Краткосрочные кредиты и займы	15
6	БАЛАНС	443	6	Кредиторская задолженность поставщикам	45
			7	Задолженность по заработной плате с отчислениями, налогами	37
			8	БАЛАНС	433

Далее сопоставляем итоги актива и пассива баланса. Превышение актива баланса над пассивом означает недостаток финансовых ресурсов для обеспечения запланированного объема продаж.

Конкретные способы покрытия потребности в дополнительном финансировании определяют расчетным путем.

На базе полученных финансовых параметров составляется плановый счет прибылей и убытков, прогнозный баланс организации, прогноз движения денежных средств [4].

Значимость последнего для жизнеспособности и финансовой устойчивости предприятия настолько велика, что она получила законодательное закрепление в Гражданском Кодексе РК в части требований о минимальной величине уставного капитала, соотношений уставного капитала и чистых активов; возможности выплаты дивидендов в зависимости от соотношения чистых активов и суммы уставного и резервного капитала [1].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Порядок формирования, учет и аудит собственного капитала. г. Алматы (интернет-ресурс: <http://kz.bizorg.su/diplomnye-raboty-r/p7501165-poryadok-formirovaniya-uchet-i-audit-sobstvennogo-kapitala/> дата обращения 05.03.2016).

2. Джаншало Р.Е. Анализ финансового положения организации: Учебное пособие. Алматы: ТОО «Издательством LEM». – 2011. – 76 с.

3. Вершини А.М. Анализ рентабельности и финансового состояния предприятия: издание 2-е, переработанное и дополненное, Москва «Машиностроение». – 1974. – 64 с.

4. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый анализ: Учебник. Москва: ТКВелби, Издательство Проспект. – 2008. – 624 с.

5. Финансовое планирование организации его цели и задачи (интернет-ресурс: http://referatwork.ru/finansovaya_politika/section-7.html/дата обращения 05.03.2016.)

М.А. Сейнасинов, «Қаржы» мамандығының 1 курс магистранты,
Қ.И. Сәтбаев Қазақ ұлттық техникалық зерттеу университеті, Алматы қ.

Кәсіпорын үшін қаржылық жоспарлаудағы қаржылық талдаудың атқаратын рөлі

Түйіндеме. Ұйымның қаржылық жағдайы, оның мықтылығы мен беріктігі, оның өнеркәсіптік, коммерциялық және қаржылық қызметінің нәтижелері дұрыс жоспарлаумен тікелей байланысты. Өндірістік және қаржылық жоспарлары сәтті жүзеге асырылса, онда ол ұйымның қаржылық жағдайына оң әсерін тигізеді, керісінше жоспардағы тауарларды өндіру және сату шала орындалса, ондай жағдай, оның құнының өсуіне, табыстардың төмендеуіне және пайда мөлшерінің азайуына әсер етеді. Соның салдарынан ұйымның төлем қабілеттілігімен қаржылық жағдайы нашарлайды.

Түйін сөздер: қаржылық жоспарлау, талдау, кәсіпорындардың қаржылық жағдайы, әдістері, қаржыландыру, пайдалану және қызмет көрсету табысы.

M.A. Seinasinov, undergraduate professional. «Finance» 1 course
Satpayev Kazakh National Research Technical University
Almaty c.

Role of financial analysis in financial planning for the enterprise

Abstract. An entity's financial position, its strength and stability of its industrial, commercial and financial performance is directly related to the proper planning. Industrial and financial plans are carried out successfully, it will have a positive impact on the entity's financial position, on the other hand, the plan to make the production and sale of goods, in which the situation, the increase in the value of its influence for the decrease in the size revenues and profits. As a result, the solvency of the organization and financial condition will be worsened.

Keywords: financial planning, analysis, financial situation of enterprises, methods, financing, operation and service income.

УДК 336.5

Д.Т. Джарикбаева, PhD, доцент

А.А. Керимкулова, магистрант 1 курса

Новый экономический университет имени Т. Рыскулова, г. Алматы

АНАЛИЗ ИСПОЛНЕНИЯ РАСХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация. В статье проанализированы тенденции развития государственного бюджета Республики Казахстан на современном этапе в динамике лет.

Ключевые слова: государственный бюджет, расходы, бюджетные средства, валовой внутренний продукт.

Одной важной составляющей любого бюджета является план доходов и расходов, который обязательно составляется в письменной форме на один календарный год в виде нормативного правового акта – Закона о республиканском бюджете. Любой подобный план должен быть составлен и исполнен таким образом, чтобы доходы равнялись расходам.

Из теории: «осуществление функций государства возможно только при их материальном опосредовании, поскольку деятельность государства связана с прямыми расходами государственных средств. Расходы показывают конкретную величину затрат. Совокупность конкретных видов государственных расходов всех уровней бюджетов, взаимосвязанных между собой, представляет собой систему расходов бюджета любого государства [1]. Построение системы расходов основывается на принципах целевого направления средств, режима экономии и безвозвратности расходования государственных средств». Итак, посмотрим что происходило с объемами государственных расходов Республики Казахстан за последние пять лет. Для этого составим таблицу по затратам государственного бюджета. Затратами являются бюджетные средства, выделяемые на невозвратной основе [2].

Таблица показывает, что государственные услуги общего характера в 2010 году составляют 224 млрд тенге, в 2011 году сокращаются до 166 млрд тенге, в 2012 году увеличиваются до 225 млрд тенге.

Таблица 1 – Динамика затрат государственного бюджета Республики Казахстан, млрд тенге

Расходы	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Государственные услуги общего характера	224	166	225	296	326
Оборона	185	188	221	265	341
Общественный порядок, безопасность, правопорядок	271	316	369	448	558
Образование	572	661	769	987	1210
Здравоохранение	363	451	551	626	731
Социальная помощь и социальное обеспечение	622	758	905	1134	1239
Жилищно-коммунальное хозяйство	234	304	334	389	439
Культура, спорт, туризм	164	174	228	202	223
Топливо-энергетический комплекс и недропользование	61	59	80	112	127
Сельское, водное, лесное, рыбное хозяйство, охрана окружающей среды	170	168	207	271	293
Промышленность, архитектурная, строительная деятельность	40	31	28	25	26
Транспорт и коммуникации	333	338	391	449	482
Прочие	103	65	68	97	144
Обслуживание долга	58	69	95	122	131
Всего	3401	3747	4471	5423	6269
Примечание – составлено автором на основании источника [5]					

На конец 2014 года расходы составляют 326 млрд тенге, увеличившись по отношению к предыдущему году на 30 млрд тенге или на 10%. Составим рисунок по расходам государственных услуг общего характера.



Рисунок 1 – Государственные расходы общего характера в 2010-2014 годах [5]

Рисунок показывает, что если в период с 2010-2014 годы динамика суммы государственных расходов общего характера соответствовала динамике доли в структуре всех государственных расходов, то в 2014 году при увеличении суммы до 326 млрд тенге наблюдается снижение доли с 5,5% в 2013 году до 5,2% в 2014 году.

Это обусловлено политикой экономии средств государственного бюджета на государственные услуги общего характера. Далее, затраты на оборону возрастают с 185 358 млрд тенге в 2010 году до 188 млрд тенге в 2011 году и до 221 млрд тенге в 2012 году. В 2013-2014 годах, расходы на оборону, также увеличиваются до 265 млрд тенге и до 341 млрд тенге, соответственно.

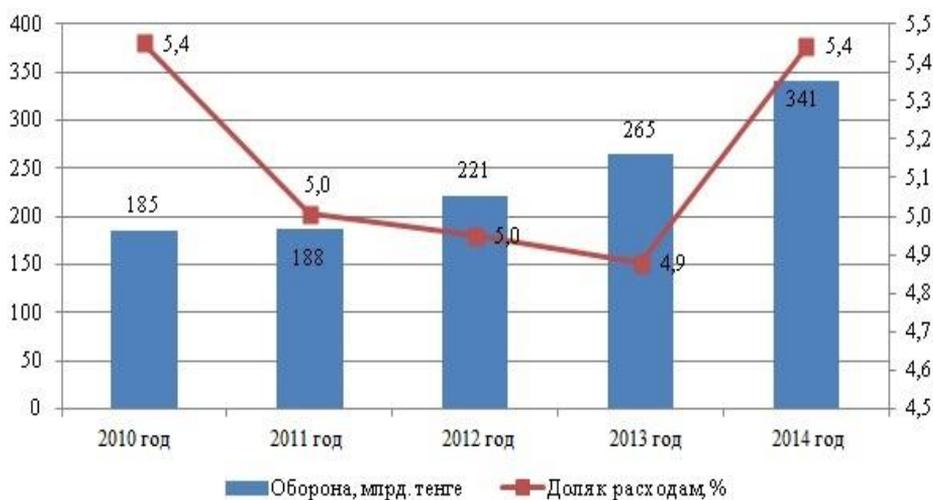


Рисунок 2 – Расходы на оборону в 2010-2014 годах [5]

Рисунок показывает, что удельный вес расходов на оборону в 2014 году достиг показателей 2010 года – 5,4%. При этом сумма увеличилась с 185 млрд тенге в 2010 году до 341 млрд тенге в 2014 году. Увеличение расходов на оборону обусловлено проектами модернизации казахстанской армии.

Расходы на организацию общественного порядка, безопасности, правовой, судебной, уголовно-исполнительной деятельности увеличиваются с 271 млрд тенге в 2010 году до 369 млрд тенге в 2012 году и до 558 млрд тенге в 2014 году. Доля этих расходов в 2010 году составляет 7,98%, в 2012 году – 8,25%, в 2014 году – 8,9%.

Положительным моментом является значительное увеличение затрат на образование, здравоохранение, социальную помощь и социальное обеспечение. Так, расходы на образование увеличились за последние 5 лет в два раза (рисунок 4).

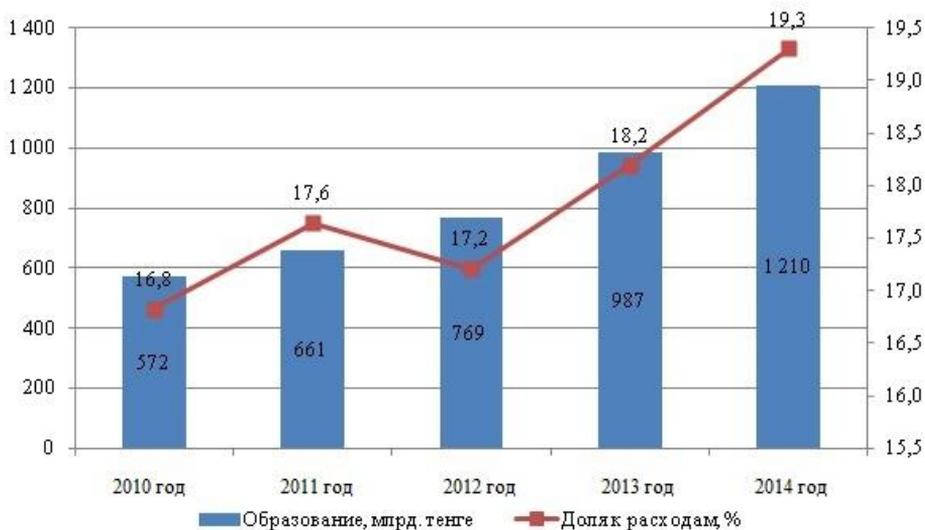


Рисунок 3 – Расходы на образование в 2010-2014 годах [5]

Рисунок показывает, что некоторый спад темпов прироста доли расходов на образование был в 2012 году (в 2011 году – 17,6%, в 2012 году – 17,2%). На конец 2014 года расходы на образование составили 1 210 млрд тенге или 19,3% ко всем государственным расходам. Увеличение расходов на образование обусловлено финансированием мероприятий по совершенствованию системы образования Республики Казахстан, а также увеличением сумм финансирования элитных образовательных заведений Республики Казахстан [4].

Расходы на здравоохранение увеличиваются с 363 млрд тенге в 2010 году до 551 млрд тенге в 2012 году и до 731 млрд тенге в 2014 году. Удельный вес расходов на здравоохранение стабильно колеблется в области 10-12% к общим государственным расходам.

Наблюдается увеличение финансирования жилищно-коммунального хозяйства с 234 млрд тенге в 2010 году до 334 млрд тенге в 2012 году и до 439 млрд тенге в 2014 году. С 2011 года доля расходов на жилищно-коммунальное хозяйство сокращается с 8,1% в 2011 году до 7,4% в 2012 году, до 7,1% в 2013 году и до 6,9% в 2014 году. Расходы на социальную помощь и социальное обеспечение занимают первое место по величине расходов (рисунок 5).

Рисунок 5 показывает, что расходы на социальную помощь и обеспечение на конец исследуемого периода примерно равняются расходам на образование. Но если доля расходов на образование растет, то в 2014 года доля расходов на социальную помощь и обеспечение сокращается: в 2013 году – 20,9%, в 2014 году – 19,8%.

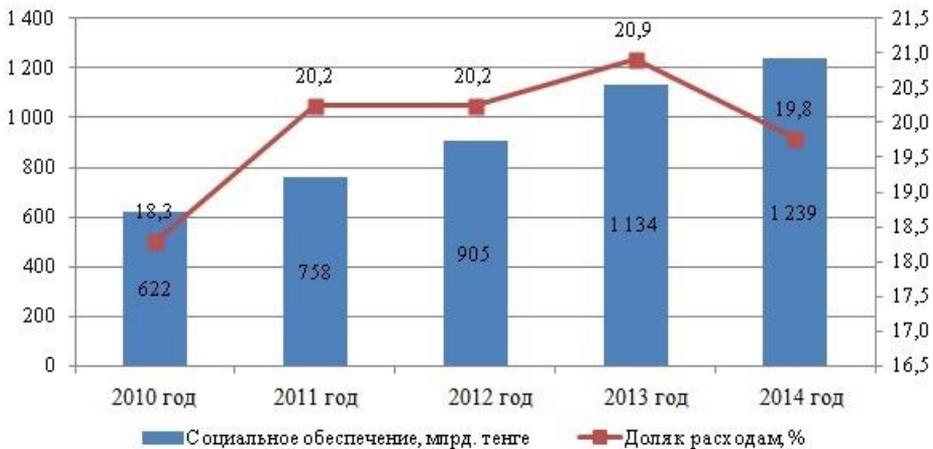


Рисунок 4 – Расходы на социальную помощь и обеспечение в 2010-2014 годах [5]

Таким образом, если учитывать общую динамику расходов государственного бюджета, то наблюдается сокращение доли расходов на социальную помощь и обеспечение. Расходы на культуру, спорт, туризм и информационное пространство в 2013 году сокращаются до 202 млрд тенге или на 26 млрд тенге по отношению к предыдущему году. Но на конец 2014 года сумма составляет 223 млрд тенге, то есть прирост составил 10,1%. В 2014 году незначительно увеличиваются расходы на топливно-энергетический комплекс, сельское, водное, лесное, рыбное хозяйство, промышленность, архитектуру.

Негативным моментом является увеличение затрат на обслуживание долга с 58 млрд тенге в 2010 году до 95 млрд тенге в 2012 году и до 131 млрд тенге в 2014 году. Таким образом, общие затраты государственного бюджета увеличиваются с 3 401 млрд тенге в 2010 году до 4 471 млрд тенге в 2012 году и до 6 269 млрд тенге в 2014 году. Рассмотрим отношение государственных расходов к ВВП Республики Казахстан в рисунке.

Важнейшим показателем системы национальных счетов является валовой внутренний продукт (ВВП), характеризующий конечный результат производственной деятельности экономических единиц-резидентов, который измеряется стоимостью товаров и услуг, произведенных этими единицами для конечного использования.

Валовой внутренний продукт (ВВП) – совокупная стоимость конечных товаров и услуг, созданных внутри страны, в рыночных ценах. Следующий рисунок показывает, что максимальное значение отношения государственных расходов к ВВП принимает в 2011 году – 22%.

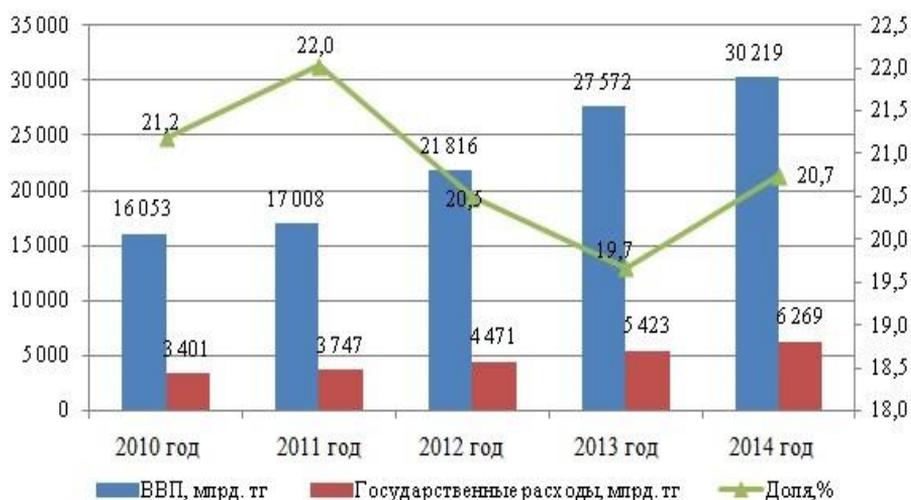


Рисунок 6 – Доля государственных расходов в ВВП Республики Казахстан [5]

Пенсионное обеспечение. На выплату солидарных пенсий из республиканского бюджета на трехлетний период в 2012-2014 годах предусмотрено 2 152,4 млрд тенге (в 2012 году – 642,1 млрд тенге, в 2013 году – 716,0 млрд тенге, в 2014 году – 794,3 млрд тенге).

Так, средний размер пенсий с учетом базовых пенсионных выплат в 2012 году составит 39 120 тенге, в 2013 году – 43 228 тенге и в 2014 году – 46 111 тенге.

Таким образом, проявилось влияние финансового кризиса 2010-2011 годов, которые стали причиной снижения темпов прироста ВПП. Но мы видим, что динамика роста государственных расходов осталась прежней.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Омирбаев С.М., Интыкбаева С.Ж., Адамбеова А.А., Парманова Р.С., Государственный бюджет. Учебник – Алматы: ТОО РПИК «Дәуір» 2011. – 632 с.
2. Бюджетный кодекс РК от 4 декабря 2008 г. № 95-4, с последующими изменениями.
3. Стратегия развития Республики Казахстан «Казахстан – 2030, Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев». – Алматы: ЮРИС, 2005. – 136 с.
4. Сайт Комитета государственных доходов Министерства финансов Республики Казахстан <http://kgd.gov.kz>
5. Сайт Министерства финансов Республики Казахстан <http://www.minfin.gov.kz>

Д.Т. Джарикбаева, PhD, доценті,
А.А. Керимкулова, магистрант 1 курса
Тұрар Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық университет Алматы қ.

**Қазақстан Республикасы мемлекеттік бюджет шығыстарының
атқарылуын талдау**

Түйіндеме. Бұл мақалада қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік бюджеттің даму тенденцияларына талдау жасалған.

Түйінді сөздер: мемлекеттік бюджет, шығыс, бюджет құралдары, жалпы ішкі өнім.

D.T. Dzharikbaeva, PhD, associate Professor,
A.A. Kerimkulova, 1 undergraduate course
T. Ryskulov New Economic University, Almaty c.

**Performance analysis of expenses of the state budget of the republic
of Kazakhstan**

Abstract. The article analyzes the development trends of the state budget of the Republic of Kazakhstan at the present stage in the years dynamics.

Keywords: state budget expenditure budget, the gross domestic product.

УДК 336.710

А.Р. Нурманова, магистрант 1 курса спец. «Финансы»
Казахский национальный исследовательский технический универ-
ситет имени К.И. Сатпаева
г. Алматы

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКОЙ
СИСТЕМЫ КАЗАХСТАНА**

Аннотация. В данной статье раскрывается банковский маркетинг, который в силу его специфики представляет особую отрасль маркетинга и необходимость ориентирования на универсализацию банковской деятельности, выход ее за границы традиционных операций, усиление у банков конкурентов в лице небанковских учреждений, отток вкладов из банков развития рынка ценных бумаг и «финансового кризиса в стране в целом».

Ключевые слова: Банковский маркетинг, финансовый маркетинг, банковская продукция, философия бизнеса, система управления сбытом.

Нынешний этап развития Казахстана вынуждает банки второго уровня активизировать свою деятельность осваивая новые разнообразные инструменты финансового рынка. Актуальность разработки и внедрения в практику работы коммерческих банков Казахстана философии и практических приемов маркетинга, теоретические основы которых заложены западными экономистами, требуют глубокого осмысления при обосновании собственных и приемлемых для банков нашей республики направлений маркетинговой политики. Тенденции активизации развития банковского маркетинга обусловим категориальным определением:

Банковский маркетинг – это внешняя и внутренняя идеология, стратегия, тактика и политика банка, определяемая конкретной общественно-политической ситуацией. Последние изменения в банковских системах стран с развитой рыночной экономикой реальная хозяйственная ситуация в Казахстане сегодня привлекла к жизненной необходимости освоения коммерческими банками самых современных приемов и способов маркетинга. Для того чтобы выжить в конкурентной борьбе банкам предстоит осваивать новые виды услуг и новые формы бизнеса. Потому сегодня банковский маркетинг в силу его специфики представляет особую отрасль маркетинга и необходимость ориентирования на универсализацию банковской деятельности, выход ее за границы традиционных операций, усиление у банков конкурентов в лице небанковских учреждений, отток вкладов из банков развития рынка ценных бумаг и «финансового кризиса в стране в целом». Кроме того, имеется и обуславливающая особенность это то, что в Казахстане в банковскую сферу активно проникают страховые, брокерские, сберегательные, трастовые и другие компании, пенсионные фонды, торгово-промышленные и финансовые корпорации. Результатом их деятельности является снижение доходности коммерческих банков и значительное усиление риска их операций, а также необходимость выдвигания на первое место не только интересов акционеров, но и бороться за каждого клиента.

Отметим при этом, что управление движением капитала и возникающими при этом финансовыми отношениями без изучения спроса на финансовые активы и без знания эффективных методов продвижения данных активов на финансовом рынке достаточно сложно, и зачастую определено проигрышем. По нашему мнению в научной литературе общепринятого определения маркетинга не существует. Ключевая задача маркетинга трактуется как философией производства, философией бизнеса, системой управления сбытом, а также стратегией принятия стратегического решения. Такое многообразие трактовок маркетинга связано с множественностью задач, решаемых маркетингом в различных сферах деятельности.

Финансовый маркетинг определен как системным подходом инвесторов-продавцов к управлению процессом реализации финансовых активов (денег, ценных бумаг, драгоценных металлов и камней) так и системным подходом инвесторов-покупателей к управлению накоплений финансовых активов. Сфера их деятельности определен финансовый рынок. Составной частью финансового маркетинга является банковский маркетинг, затрагивающий банковские услуги на финансовом рынке, или рынок банковских продуктов и услуг. Потому мы согласны с сущностным определением категории «банковский маркетинг» как процесс, включающий в себя планирование производства банковского продукта, исследование финансового рынка, налаживание коммуникаций, установление цен, организацию продвижения банковского продукта и развертывание службы банковского сервиса.

Нынешний этап экономического развития Казахстана вынуждает банки активизировать свою деятельность, осваивая новые разнообразные инструменты финансового рынка. Одновременно усиливается конкуренция внутри банковской системы, а также между банками и небанковскими институтами, представляющими компании в области привлечения денежных средств населения, предоставления ему разнообразного спектра банковских продуктов и услуг. Как свидетельствует мировой опыт, выжить в этих нелегких условиях смогут только те банки, которые сумеют найти свой рыночный сегмент и приспособиться к запросам клиентов.

Отметим, что в целях совершенствования банковской деятельности в 2015 г. внесены изменения и дополнения по состоянию на 24.11.2015 г. в Закон РК от 11.08.1995 г. № 2444 «О банках и банковской деятельности в РК» [1], а также внесены изменения в некоторые нормативно-правовые акты Республики Казахстан, в частности [2]:

- изменения в постановление Правления Агентства РК по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций от 30.09.2005 г. № 358 «Об утверждении Инструкции о нормативных значениях и методике расчетов пруденциальных нормативах для банков второго уровня»;

- изменения в постановление Правления Агентства РК по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций от 27.03.2009 г. № 66 «Об утверждении Инструкции о пруденциальных нормативах для исламских банков, их нормативных значениях и методике расчетов»;

- для банков второго уровня, имеющего на 01.05.2015 г. значение коэффициента по размещению части средств банков на внутренние активы менее 1 (одного), выполнением требований коэффициента по размещению части средств банков во внутренние

активы, будет являться представлением в Национальный банк РК плана мероприятий и соблюдение значений, установленных указанным планом указанным планом мероприятий, требования к которому установлены пунктом 4. Отметим, что план мероприятий действует в течении 5 (пяти) месяцев с 01.04.2015 г.

При этом его задачами банковского маркетинга являются:

- прогнозирование требований покупателей к банковскому продукту;
- изучение спроса на банковский продукт;
- выпуск банковского продукта, соответствующего требованиям покупателя;
- установление уровня цен на банковский продукт с учетом условий конкуренции;
- повышение имиджа банка;
- повышение доли финансового рынка, контролируемого данным банком.

При этом необходимо помнить о различии концепции банковского маркетинга и маркетинговой деятельности и успешное продвижение новых услуг коммерческих банков на рынке будет возможным только с переходом банков к комплексному анализу рынка и его переработке на основе применения теории и практики маркетинга.

Отметим, что внедрение маркетинга напрямую не приведет и не может привести к росту доходности и снижению риска. Данные два показателя зависят от управления капиталами банка, сбалансирования актива и пассива. Маркетинг как организационный феномен является механизмом для поддержания адекватности деятельности банка процессам, развивающимся на финансовом рынке.

Таким образом, банковский маркетинг – это хорошее знание банком всех услуг как на территории, в которых нуждаются клиенты, так является и требованием к качеству услуг. Банковский маркетинг направлен на выявление круга реальных и потенциальных клиентов. Специфика банковского маркетинга – это привлечение клиентуры и расширение сферы объекта своих услуг. Общие принципы банковского маркетинга сформулированы следующим образом:

- направленность действий всех банковских работников за достижение конкретных целей;
- комплексность процесса в деятельности банка, охватывающей планирование, анализ, регулирование, контроль;
- единство перспективного и текущего планирования маркетинга;
- контроль за принимаемыми решениями;

- стимулирование творческой активности работника, повышение его квалификации;

- повышение заинтересованности за достижение успеха в коллективе.

Для каждого банка в условиях конкуренции важно достигнуть согласования целей в маркетинге:

- изучение рынка и формирование спроса;
- стимулирование спроса на банковские услуги;
- обоснованность планов принимаемых решений;
- привлечение клиентов и умение удержать клиентов;
- максимизация доходов банка и расширение рыночной доли.

Отметим, что достижение цели возможно при решении конкретных задач в маркетинге, повторим их:

- обеспечение постоянной рентабельной работы банка;
- обеспечение ликвидности банка, как гарантия на успех, и повышение репутации в среде клиентуры;
- максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре, качеству услуг;
- решение задач коллектива, его социальных проблем.

Анализ работы коммерческих банков, исследования рынка ссудных капиталов, социально-психологических особенностей частных клиентов банка, спроса и предложения на банковские услуги должны закладываться в основу текущей и долгосрочной стратегии банка. Именно поэтому развивающийся финансовый рынок требует активного использования банковского маркетинга, который обеспечивает поддержание адекватности деятельности банка. Объективные условия развития банковского маркетинга в Казахстане формируются по мере развития финансового рынка, при отсутствии которого жесткая регламентация деятельности банков требовала работы в строгом соответствии с инструкциями и разработка банковского маркетинга не имела смысла. Конкуренция внутри банковского сектора Казахстана в основном связана с каким-либо видом банковского продукта или услуги, имеющим различные параметры соответственно дифференциации банковских услуг.

Целевой направленностью политики руководства банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, – увеличение получаемой прибыли. Средствами достижения данной цели являются инструменты банковского маркетинга. Изначально коммерческие банки рассматривали маркетинг лишь как средство изучения спроса, стимулирования и привлечения клиентов, и лишь в восьмидесятые годы сформировалась концепция маркетинга, которая стала основой управления коммерческими банками. Банки вто-

рого уровня создали собственные маркетинговые службы, системы сбора и обработки информации, разрабатывают и контролируют программы маркетинга.

Содержание и цели маркетинговой деятельности существенно изменились в последние годы под влиянием резко усиливающейся конкуренции на финансовых рынках и меняющихся отношений между банками и клиентурой [3]. Создание и развитие широкого спектра услуг банков, оказываемых клиентам (физическим и юридическим лицам) базируется на ряде основных предпосылок: формирование стратегии банка, определение эффективности рынка, кадровая политика и др.

Особенности маркетинга в банковской сфере обусловлены, прежде всего, спецификой банковской продукции. В нашей экономической литературе и в практике термин «банковская продукция» появился в процессе перехода к рыночной экономике [4]. Под ним подразумевается любая услуга или операция, совершенная банком. В отличие от предприятий других отраслей экономики, маркетинг в банковской сфере имеет существенные особенности, обусловленные спецификой деятельности банка.

Во-первых, коммерческие банки действуют в сфере обращения, а не производства.

Во-вторых, банк создает специфический продукт в виде платежных средств, традиционных и нетрадиционных услуг, без которых невозможно поддержание и ускорение процессов производства и обращения.

Продуктом деятельности банка является не материально-вещественным товары, а различные услуги по кредитному, депозитному, расчетно-кассовому обслуживанию.

Банковские услуги в основе не имеют материальной субстанции и реализуются посредством договорных отношений. Купля-продажа большинства банковских услуг не ограничивается однократным актом, а не характеризуется продолжительностью во времени. Клиенты при внесении вклада, получении кредита, использовании других банковских услуг вступают в более или менее длительные отношения с коммерческим банком. Современные условия банковской деятельности при быстром развитии банковской индустрии и нарастающей конкуренции на финансовом рынке приводят к необходимости активно заняться маркетингом. Наряду с управлением, финансами и технологиями, маркетинг выступает одним из важнейших стратегических факторов успеха в банковском деле. Каждый банковский руководитель и специалист должен ныне выступать в качестве эксперта по маркетингу. Целью выживания банки вынуждены предлагать самый широкий набор банковских услуг,

они акцентируют свое внимание на максимальном удовлетворении нужд клиентов как основы рыночной деятельности.

Маркетинг – это стратегия и философия банка, требующая тщательной подготовки, глубокого и всестороннего анализа, активной работы всех подразделений банка от руководителей до низовых звеньев. Маркетинговый подход предполагает первоочередную ориентацию банка не на свой продукт, а на реальные потребности клиентуры рынка, анализ изменяющихся вкусов и предпочтений потребителей банковских услуг. Банковский служащий становится продавцом финансовых продуктов. В процессе общения с каждым клиентом он призван определить конкретные формы финансового обслуживания, в которых клиент нуждается, разъяснить ему необходимость и выгоду каждой сделки. Таким образом, рамки современного маркетинга определены отношениями банка и клиента. Если ранее банк предлагает вкладчикам и заемщикам стандартный набор банковских продуктов, то сейчас он вынужден постоянно разрабатывать новые виды услуг, которые адресованы конкретным группам клиентов – крупным фирмам, мелким предприятиям, отдельным категориям физических лиц и т.д. единственным критерием в работе банка становятся реальные потребности клиентов. Если на банковскую услугу не имеется спроса, то ее не следует предлагать, а тем больше навязывать потребителям. Деятельность банка, как известно, основывается на повторяющихся операциях. Отсюда его стремления направлены на то, чтобы сохранить и расширить клиентуру, стать центром финансового обслуживания людей на длительную перспективу. Банк призван ориентироваться на удовлетворение реальных потребностей, дать клиенту то, в чем он действительно нуждается. Других способов удержать клиентуру в условиях конкурентной экономики нет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Изменения и дополнения по состоянию на 24.11.2015 г. в Закон РК от 11.08.1995г. № 2444 «О банках и банковской деятельности в РК»
2. Постановление НБ РК зарегистрированное в Министерстве юстиции РК от 14.04.2015 г. за № 10714. – электронный доступ: www.zakon.kz
3. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк. Управление и операции. – Алматы. Информ. Агентство Economix Data, 2008. – 260 с.
4. Банки Казахстана: Справ. – аналит.изд. – Алматы: – Алматы. Информ. Агентство Economix Data, 2007. – 330 с.

А.Р. Нурманова, «Қаржы» мамандығының І курс магистранты
Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық техникалық зерттеу университеті
Алматы қ.

Қазақстандағы банктік жүйедегі маркетингтік қызметтің даму тенденцияларының қазіргі жағдайы

Түйіндеме. Мақалада банктік маркетингтің спецификасы арқылы маркетингтің қажеттілігі, оның банк қызметіндегі бағыттары, бәсекелестермен жұмыстың күшеюі, құнды қағаздар нарығының дамуындағы оның рөлі, салымшылармен жұмыстың күшеюі қарастырылады.

Түйін сөздер: Банктік маркетинг, қаржылық маркетинг, банктік өнім, бизнес философиясы, сату жүйесін басқару.

A.R. Nurmanova, undergraduate professional. «Finance» 1 course
Satpayev Kazakh National Research Technical University
Almaty c.

Current trends in the marketing activities of the banking system of Kazakhstan

Abstract. This article reveals the bank marketing, which by virtue of its specificity is of particular marketing industry and the need for orientation on universalization of banking, its exit abroad traditional operations, strengthening the competition of banks in the face of non-bank institutions, deposit outflow from the market of bank securities and «financial crisis in the country as a whole».

Keywords: Bank marketing, financial marketing, banking products, business philosophy, management system sales.

УДК 330.5

Л.Т. Бижигитова, кандидат экономических наук, доцент
Новый экономический университет им. Т. Рыскулова, г. Алматы

ОСОБЕННОСТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАЗАХСТАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления и задачи повышения конкурентоспособности предприятий Казахстана в современных условиях.

Ключевые слова: Республика Казахстан, конкурентоспособность, государство, продукция, конкуренция, предприятие.

Конкурентоспособность – это способность «выстоять» в конкурентной борьбе. Речь может идти о конкурентоспособности товара, товарной марки, проекта, организации, региона, страны и т.п.

Предприниматели работают в конкурентной среде, под влиянием факторов и тенденций, на которые необходимо вовремя реагировать в изменяющихся экономических условиях. Об этом говорил в своем Послании Президент Казахстана Н. Назарбаев «Мы хотим видеть мощный предпринимательский класс, готовый брать на себя риски, осваивать новые рынки, внедрять инновации. Именно предприниматели являются движущей силой модернизации экономики».

Осознание значимости предпринимательства, как структурообразующей категории рыночного хозяйства, эффективность которого определяется конкуренцией в процессе реализации его воспроизводственной функции, подвигло государство на принятие мер по формированию условий конкурентного развития предпринимательства, способного запустить новый виток посткризисного развития национальной экономики. Начиная с 2010 года в Казахстане действует единая бюджетная программа «Дорожная карта бизнеса – 2020», направленная на становление и развитие инновационного конкурентоспособного бизнеса.

Конкурентная позиция современного предпринимательства формируется не только внутренним потенциалом, но и в большей степени внешними факторами макросреды. Это приводит к усложнению среды функционирования предпринимательства, усилению ее конкурентности и неопределенности, что обуславливает необходимость определения границ конкурентной среды, факторов ее развития, критериев оценки и механизмов развития.

Возникновение потребности в оценке конкурентоспособности предпринимательских структур обусловлено формированием новой структуры производства, освоением наиболее эффективных форм хозяйствования в сфере услуг, расширяющих спектр рисков, управление которыми требует системного подхода. Развитие конкурентной среды будет способствовать реализации кластерных инициатив в Республике Казахстан.

Построение социально ориентированной экономики как основополагающая цель рыночных преобразований в экономике Казахстана и государственной экономической политики на долгосрочную перспективу определяет необходимость перехода к формированию эффективной конкурентной среды. Функционирование конкурентной среды характеризуется многоуровневостью, многообразием факторов формирования, интенсивностью связи всех участников, что вызывает потребность в выработке четко определенных правил, условий, принципов взаимоотношений субъектов предпринимательства, в том числе государства и бизнеса, и мер по стабилизации условий развития предпринимательства и открытости самих предпринимательских структур.

Деятельность организации является успешной, если она приносит своим владельцам доход в виде прибыли. Прибыль — это основной источник денежных средств, который необходим для развития самой организации и экономики страны в целом. Поэтому задача руководителя организации состоит в получении наибольшей прибыли.

А вот здесь как раз и мешает конкуренция. С целью получения максимальной прибыли производители постоянно конкурируют друг с другом за наиболее благоприятные условия производства и реализации товаров. Для этого они стремятся снизить свои производственные затраты и повысить эффективность коллективной работы. Конкуренция также побуждает производителей к выпуску конкурентоспособной продукции, качество которой максимально соответствовало бы требованиям потребителей, а цена — уровню жизни населения страны или региона.

Борьба конкурентов за покупателей на рынке сбыта приводит к увеличению ассортимента продукции и улучшению ее качества. От этого остается в выигрыше и производитель, и потребитель. По сути, конкуренция способствует развитию организации и личностному росту ее работников для успешного продвижения выпускаемой продукции на мировой рынок.

Развитие организации тесно связано с уровнем профессионального и личностного роста каждого сотрудника. Сегодня развитый, высококвалифицированный персонал становится главным конкурентным преимуществом организации, ведь именно он отвечает за достижение ею стратегических целей. Поэтому способность организации постоянно повышать квалификацию своих сотрудников, поддерживать их стремление к личностному росту, повышению личной эффективности, оказывать содействие развитию и обучению персонала очень важна для успешного ведения бизнеса.

Организация может получить информацию о профессиональном и личностном развитии каждого сотрудника, проводя плановую аттестацию персонала с помощью эффективных методик тестирования персонала портала «Простой бизнес». Полученная по итогам проведения тестирования персонала информация может учитываться руководителем организации при принятии решений о необходимости обучения и развития персонала, повышения квалификации сотрудников.

Современным инструментом развития персонала могут выступать тренинги личностного роста портала для управления организацией «Простой бизнес», которые способствуют личностному росту сотрудников организации, раскрытию творческого потенциала, а также повышению личной конкурентоспособности.

Для Казахстана проблема повышения конкурентоспособности при динамичном развитии рыночных отношений имеет особое значение. Поскольку конкурентоспособность национальной экономики – это суммарная конкурентоспособность ее предприятий, товаропроизводителей, территорий, городов, регионов, соответственно, одним из путей экономического роста является стимулирование повышения конкурентоспособности на уровне отдельного предприятия, отрасли, региона.

Оценка конкурентоспособности организации (предприятия) осуществляется на основе двух показателей: интегрального показателя конкурентоспособности товаров организации (предприятия) и устойчивости (эффективности) ее функционирования.

Конкурентоспособность организации – это способность субъекта хозяйствования на основе существующих технологий, кадров, организации производства и управления, обеспечения высокой деловой активности, достижения более выгодных условий производства и сбыта создавать конкурентоспособный товар или товарную марку и тем самым получать прибыль.

Предприятием, осуществляющим свою деятельность в рыночной среде, которая содержит много подобных конкурентов, приходится действовать в постоянном соперничестве. Конкуренция прослеживается на всех ступенях процесса производства и сбыта (за ресурсы, за изготовление продукции и за реализацию изготовленных товаров). Соперничества за ресурсы и за изготовление продукции, удовлетворяющей возрастающие требования покупателей, со стороны не видно (оно осуществляется в процессе, до выхода на рынок), но при реализации изготовленных товаров выявляются все слабые и сильные стороны предприятия.

На макроэкономическом уровне успех предприятия зависит и от поддержки государства, от возможностей государства поддерживать отечественных экспортеров, помочь обеспечить конкурентные преимущества, по сравнению с предпринимателями других стран.

В настоящее время ведущие американские специалисты склонны считать, что конкуренция между предприятиями перешла из процесса сбыта в процесс управления.

Растет значение «невидимых» элементов конкурентоспособности, формируемых уровнем подготовки занятых (и, прежде всего, качеством бизнес-образования) менеджеров. Успех предприятий все меньше зависит от размеров используемого в производстве вещного капитала и все больше – от компетентности занятых, а, следовательно, от качества человеческих ресурсов.

При формировании конкурентных преимуществ предприятиям, в первую очередь, следует обратить внимание именно на человеческие ресурсы, на уровень подготовки менеджеров, применять

современные концепции менеджмента, быстро адаптироваться к новым условиям жизни. При соблюдении этих необходимых условий предприятие будет иметь конкурентные преимущества, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

По мнению М. Портера, правительство играет роль катализатора и инициатора перехода к более высокому уровню конкурентоспособности. Правительства могут повлиять на все детерминанты конкурентоспособности через разнообразные меры, например: субсидии для фирм, как прямые (в денежной форме), так и косвенные (например, через создание инфраструктуры); налоговые кодексы, применяемые к предприятиям, хозяйственной деятельности или владению имуществом; образовательная политика, влияющая на уровень квалификации работников; помощь в создании специальных факторов; введение жестких стандартов (например, высоких стандартов, применяемых к технологиям и продукции, включая природоохранные меры).

И так, конкурентоспособность предприятий на мировом рынке зависит от многих факторов: экономических, институциональных, политических, культурных, человеческих и образовательных. Имеется взаимосвязь между получением прибыли и повышением международной конкурентоспособности предприятия. Чтобы ее оценить, целесообразно проанализировать факторы, присущие международной конкурентоспособности. Эти факторы можно разделить на внутренние и внешние. Внешние факторы – это государственная политика в отношении экспорта и импорта, социально-экономическая среда, находящаяся вне сферы непосредственного влияния предприятия, уровень экономического развития страны, государственная экономическая политика в странах-экспортерах и в странах-импортерах товаров. Важнейшими внутренними факторами являются: уровень качества управления (менеджмента), уровень производительности труда, технологический фактор и непосредственно технология производства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Коршунова Г.В. Структурные основы конкурентоспособности – Экономический анализ: теория и практика. – № 8. – 2006.
2. Марковская Е.Н. Производительность труда как ключевой фактор успеха многоуровневой конкурентоспособности – Экономический анализ: теория и практика. – № 6. – 2005
3. Портер М. Международная конкуренция / Под. ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения. – 1993.
4. Проблемы государственного управления конкурентной средой предпринимательства и пути их решения // Қаз ЭУ Хабаршысы. – 2008.

5. Развитие конкурентной среды предпринимательства в экономике Казахстана // Евразийское сообщество. – 2008.

Л.Т. Бижигитова, экономика ғылымдарының кандидаты, доцент
Т. Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық университеті, Алматы

Қазіргі жағдайдағы Қазақстан кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру ерекшеліктері

Түйіндеме. Мақалада қазіргі жағдайдағы Қазақстан кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттырудың негізгі бағыттары мен міндеттері қарастырылған.

Түйін сөздер: Қазақстан Республикасы, бәсекеге қабілеттілік, мемлекет, өнім, кәсіпорын.

L.T. Bizhigitova, Candidate of Economic Sciences, Docent,
The New economical university named after T.Ryskulov, Almaty

Features increase competitiveness of business in kazakhstan in modern conditions

Abstract. The article examines the main directions and tasks of improving the competitiveness of enterprises in Kazakhstan in modern conditions.

Keywords: Republic of Kazakhstan, competitiveness, government, products, competition, company

ӘОЖ 336

Б.А. Абдуллаева,

экономика ғылымдарының кандидаты, доцент

Т. Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық университеті

Алматы қ.

ҚАРЖЫ ИНСТИТУТТАРЫНДА ОПЕРАЦИЯЛЫҚ ТӘУЕКЕЛДІ БАСҚАРУ

Түйіндеме. Қазақстандық банктердің соңғы жылдары тәуекел-менеджменті мәселелеріне айтарлықтай үлкен назар аударыла бастағандығы анық, тәуекелдерді басқару үдерістерінде сапалық өзгерістер орын алды, реттеуші тарапынан талаптар күшейтілді. Операциялық тәуекел банкте қабылданған ішкі шаралардың сәйкессіздігі, жүзеге асырылып жатқан операциялардың банк қызметінің сипаты мен масштабына сәйкессіздігі, сондай-ақ банк қызметіне қатысты ағымдағы заңнаманың талаптарына сәйкессіздігі нәтижесіндегі шығындардың пайда болуы ықтималдығын білдіреді.

Түйінді сөздер: тәуекел, операциялық тәуекел, банк, тәуекел-менеджменті, банктік қарыз.

Базель Комитетінің (Базель II «Капитал өзгерісі мен капитал стандарттарының халықаралық конвергенциясы: анықталған шектелмелі амалдар») ұсыныстарына сәйкес, операциялық тәуекелге «сәйкессіз немесе қате ішкі үдерістер, қызметкерлер әрекеттері мен жүйелердің немесе сыртқы оқиғалардың нәтижесіндегі шығындар тәуекелі ретінде анықтама берілген. Бұл анықтама заңнамалық тәуекелге де тиесілі, алайда стратегиялық және бедел тәуекелін қамтымайды». Операциялық тәуекелдің ерекшелігі, ол тек операцияны жүргізу барысында пайда болмайды, ол сонымен қатар барлық үдерістерге, қызметкерлерге, жүйелер мен сыртқы факторларға қатысты. Сондықтан тәуекелдің өзге түрлерімен салыстырғанда болжамдау мүмкіндігі мен операциялық тәуекелдің кейбір түрлерін бағалау шектеулі.

Операциялық тәуекелдің қамтиды:

– банктің анықталмаған ұйымдастырушылық құрылымына қатысты тәуекел, оның ішінде жауапкершілікті бөлу, есеп берушілік пен басқару иерархиясы;

– дұрыс анықталмаған стратегиялар мен қабылданған саясаттарға, ақпараттық технологиялар саласындағы стандарттарға,

бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдаланудағы жетіспеушіліктерге қатысты тәуекел;

- алынған бұрыс ақпаратпен немесе оның пайдалануға сәйкессіздігімен байланысты тәуекел;

- менеджмент деңгейінің сәйкессіздігімен немесе біліктілігі төмен банк қызметкерлерін таңдауға қатысты тәуекел;

- бизнес-үдерістерді бұрыс қалыптастырумен немесе ішкі ережелер мен процедураларды қадағалаудың әлсіздігімен байланысты тәуекел;

- банк операцияларына күтпеген немесе бақылауға келмейтін сыртқы факторлардың әсерімен байланысты тәуекел;

- заңнамалық және нормативтік актілердегі өзгерістермен байланысты тәуекел, немесе банктік операциялардың жүргізілуін реттейтін ішкі құжаттардағы жіберілген қателіктер немесе жетіспеушіліктермен байланысты тәуекел;

- банк менеджерлері мен қызметкерлерінің қате әрекеттерімен байланысты тәуекел, ол клиенттік базаның төмендеуіне, контрагенттер тарапынан банкке сенімсіздіктің немесе теріс пікірдің пайда болуына септігін тигізеді.

Операциялық тәуекел банкте қабылданған ішкі шаралардың сәйкессіздігі, жүзеге асырылып жатқан операциялардың банк қызметінің сипаты мен масштабына сәйкессіздігі, сондай-ақ банк қызметіне қатысты ағымдағы заңнаманың талаптарына сәйкессіздігі нәтижесіндегі шығындардың пайда болуы ықтималдығын білдіреді.

Операциялық шығындар тікелей және жанама болып бөлінеді. Тікелей шығындарға: капитал құнының төмендеуі, активтердің мерзімінен бұрын есептен шығарылуы, субъектілік ұсталымдар түріндегі банктердің түрлі төлемдері, контрагенттерге банктің кінәсінен шеккен шығындарын қайтаруға кеткен төлемдер, және т.б. Жанама шығындарға тікелей ақшалай эквивалентте көрініс табатын, алайда банктің қаржылық нәтижесіне жанама ықпал ететін шығындар жатқызылады.

Халықаралық сарапшылар мен рейтингтік агенттіктер тарапынан таяу жылдарға Қазақстан экономикасына қатысты қуантарлық жорамалдар айтылып жатқан жоқ. Қытай мен еуроаймақтағы жалпы құлдырау, Орталық Азия аймағындағы тұрақсыздық, сондай-ақ республиканың шикізатқа жоғары тәуелділігі мен диспропорция соңғы 10 жылдағы ең төмендегі көрсеткішке жеткізу арқылы 2015 жылы ЖІӨ өсіміне теріс ықпал етуі мүмкін. Дағдарыс жағдайында отандық банктер үшін тәуекел-менеджменті жүйесі ерекше маңызға ие болады.

Қазақстандық банктердің соңғы жылдары тәуекел-менеджменті мәселелеріне айтарлықтай үлкен назар аудара бастағандығы анық, тәуекелдерді басқару үдерістерінде сапалық өзгерістер орын

алды, реттеуші тарапынан талаптар күшейтілді. Жалпы, банк акционерлері мен топ-менеджментінің тәуекел-менеджментін қабылдауы өзгерді, басқарма мәселелерін шешу үдерісінде ол маңызды элементке айналды. Несиелік тәуекелдерді әрі қарайғы барынша азайту мақсатында бағалаудың жаңа құралдары енгізілді, соның қатарында скорингтік жүйелерде және клиенттердің алаяқтық әрекеттерін анықтау үдерістерінде IT-шешімдерді пайдалану іске асып келеді.

2007-2009 жылдардағы қаржылық дағдарыс қазақстандық экономикаға, әсіресе – банктік жүйеге аз қиындық туғызған жоқ. 2007-2009 жылдардағы экономикалық өсім кезеңінде бәсекелестік пен несиелік серпілістің ықпалымен банктер өздерінің тәуекел-менеджменті жүйесінің талаптарын әлсіретіп алды, қарыз алушылардың төлем қабілеттері бойынша және несиелер бойынша кепілдік қамсыздандыру бойынша шекті төмендетті.

Нәтижесінде активтердің бұрын болмаған өсімімен бірге коммерциялық банктер айтарлықтай шығындар мен әрекетсіз қарыздар бойынша рекордтық көрсеткіштерге ие болды. Бұл сабақ екінші деңгейлі банктерге тәуекелдерді басқару жүйесіне қатысты ұстанымды қайта қарап, қаталдандыруға мәжбүрлеген болатын.

2014 жылы банк секторы өтімділік тәуекелі мен қорландыру көздеріндегі үйлесімсіздікпен байланысты дағдарыстың жаңа толқынын бастан өткерді.

Геосаяси факторлар мен елдегі девальвациялық күтімдер ықпалымен көптеген корпоративтік клиенттер мен жеке клиенттер өз салымдарын шетелдік валютаға айырбастады, өз кезегінде, бұл банкаралық нарықта дефицит пен теңгелік өтімділікті туғызды. Дегенмен, сәйкесінше қатерлерді дәл мерзімінде анықтау мен хеджерлеу (сақтандыру) құралдарын уақытылы қолданудың арқасында коммерциялық банктерге күтілген шығындарды айтарлықтай төмендетуге мүмкіндік туды.

Келесі кезекте реттеуші тарапынан іске асырылатын шараларға тоқталып өтейік. Коммерциялық банктер, сонымен қатар, экономикадағы дағдарыстық құбылыстардың салдарларын үкімет пен Қазақстанның Ұлттық банкінің белсенді әрекеттерінің себебімен төмендетуге мүмкіндік алған болатын. Соңғы жылдары реттеуші тарапынан банктердің сенімділігін арттыруға, сондай-ақ ЕДБ-дің тәуекел-менеджменті жүйесіне қойылатын талаптарды қаталдандыру мен кемелдендіруге септігін тигізетін бірқатар нормативтік талаптар қабылданды.

Осылайша, 2015 жылдың 1 қаңтарынан бастап тәуекелдерді басқару жүйесі мен ішкі бақылауға қатысты жаңа талаптар енгізілді, олар коммерциялық банктердің акционерлері мен топ-менеджментінің үдеріске қатысушылығы мен жауапкершілігінің жоғарғы деңгейін жобалайды. Бекітілген ҚР қаржы секторының даму

Тұжырымдамасы шеңберінде қазіргі таңда реттеуші тарапынан әрекетсіз қарыздар деңгейін төмендетуге бағытталған шаралар іске асырылуда: мәселелі несиелер Қоры құрылуда, банктер үшін қосымша шектеулер енгізілуде, жеке капиталдың ең төменгі деңгейіне қатысты (10 млрд-тан 100 млрд теңгеге дейін) талаптар қаталдандырылуда, сонымен қатар өтімділік тәуекелін басқару мен капиталдың жеткілікті болуына қатысты жоспарланып отырған «Базель III» стандарттарына өту аясындағы міндеттер іске асырылуда.

Операциялық тәуекелдер немесе банктерге жаңа қатерлер мәселесін талқылар болсақ, тіпті экономикалық өсімнің баяулауы кезеңдерінде де банктік бизнес айтарлықтай көлемдегі операцияларды күнделікті жүргізу және қызмет көрсетумен тығыз байланысты. Банк өнімдері мен құралдарының кеңеюі, сонымен қатар олардың деңгейлерінің айтарлықтай қиындауының аясында қазіргі таңда банктің операциялық тәуекелдерін басқару мәселесі ерекше маңызға ие болып отыр.

Соңғы жылдарда халықаралық банктік тәжірибеде операциялық тәуекелдермен байланысты ауыз толтырып айтарлық мысалдар жеткілікті. 2008 жылы банктік бұрынғы трейдерінің алаяқтық биржалық операцияларының нәтижесінде Societe Generale банкі 4,9 млрд еуро көлемінде шығынға ұшырады. 2011 жылы өз трейдерінің рұқсат етілмеген әрекеттерінің салдарынан UBS банкі 2,3 млрд доллар көлеміндегі қаражатынан айырылды. сол жылы американдық JPMorgan Chase 6,2 млрд доллар көлеміндегі шығындарды белгіледі, бұл да қызметкерлердің әрекеттерімен байланысты.

Қазақстандық банк тәжірибесінде көлемі кей жағдайда шығындар көлемі 5 млн доллар және одан жоғары деңгейге жететін іске асырылған операциялық тәуекелдердің көп екендігін атап өтуімізге болады. Оған қарамастан, бүгінгі таңда отандық банктердің көпшілігінде тәуекелдің мұндай түріне акционерлер мен топ-менеджмент тарапынан қажетті назар салынып жатқан жоқ (тәуекелдің басқа түрлерінде жағдай мүлде бөлек: несиелік, нарықтық, пайыздық, өтімділік тәуекелі және т.б.). Қазір көптеген коммерциялық банктер операциялық тәуекел-менеджментін реттеушілік талаптарды орындау функциясы ретінде қарастырады. Алайда тәуекел-рәсімдерін ресми жүзеге асыру ішкі, сыртқы алаяқтықтар мен операциялық қатерлердің орын алуының ірі жағдайларының ықтималдылығын төмендетпейді. Қалыптасқан қиындықтарды еңсеру үшін операциялық тәуекелдерді басқарудың тұтас жүйесін қалыптастыру қажет.

Тәуекелдерді басқарудың (операциялық тәуекелдерді қоса) тиімді жүйесінің болуы банкте міндеттері айқын бөлінген үш қорғаныс сызығын құруды болжайды: алғашқы сызық тікелей бизнес-бөлімшелер мен қолдау бөлімшелерімен қамтамасыз етіледі, екіншісі – тәуекелдерді басқару бойынша бөлімшемен, үшіншісі –

ішкі аудит бөлімшесі. Мұнда жүйенің жұмысы қорғаныстың үш сызығы арасындағы ұйымдасқан өзара әрекеттестік пен ортақ мақсат – тәуекелдерді нақты анықтау мен барынша азайтуға бағытталған барлық үдеріске қатысушылар арасында нақты бөлінген жауапкершіліксіз іске аспайды.

Операциялық тәуекелдерді басқару жүйесінің тиімділігін қамтамасыз ету үшін қорғаныстың бірінші сызығында өз бөлімшесінің ағымдағы әрекеттерінен және мәселелі салалардан хабардар қызметкерлер арасынан тағайындалған тәуекел-үйлестірушісі институтын құру қажет. Тәуекел-үйлестірушілер үшін тұрақты білім беру жүйесін, оқиғалар мен тәуекелдерді азайту шаралары бойынша кейстерді талқылау үшін алаң ұйымдастыру қажеттілігін атап өткен жөн.

Мұның барлығы операциялық тәуекелді жүзеге асырудың теріс жағдайларын уақытылы анықтауға, банк басшылығын қажетті шараларды дер кезінде қолдану үшін ақпараттандыруға, және, маңыздысы, банк қызметкерлері арасында туындаған мәселені жасырып қалмай, керісінше, ашық талқыға салып дер кезінде хабарлау жөнінде түсінік қалыптастыруға септігін тигізеді.

Аталған шаралар, сондай-ақ, осы сынды жағдайлар туралы толыққанды ақпарат жинауды ұйымдастыруға және банктегі теріс оқиғалар қорын мейлінше толтыруға септігін тигізеді. Ұйымдағы тәуекел-мәдениетін дамытудың негізгі аспектісі міне осы болып табылады. Тәуекел-менеджментінің тиімді жүйесі қызметінің негізін қалаушы фактор – дамыған тәуекел-мәдениеті.

Қорғаныстың екінші сызығында операциялық тәуекелдерді басқару бойынша тәуелсіз бөлімшелерді құру қажет, ол бағалау, сараптама және операциялық тәуекелдердің мониторингі бойынша шаралар мен саясатты қалыптастыруды, сонымен қатар басқармалық есеп беру жүйесін енгізуді қамтамасыз етеді.

Тәуекелдерді басқару бойынша бөлімшелер бар мәліметтер негізінде бизнес-үдерістердің сынилығын анықтау мен бұл жөнінде басшылық пен банк бөлімшелерін уақытылы ескертуге тиісті.

Операциялық тәуекелдерді басқару жүйесінің дамуындағы маңызды аспект – оның сенімді ИТ-платформа базасында автоматтандырылуы, ол ең алдымен теріс оқиғаларды тез арада анықтауға және оларға мерзімінде жауап қайтаруға мүмкіндік береді.

Қалыптасу кезеңінде, әсіресе, операциялық тәуекелдерді басқару жүйесінің қорғаныстың үшінші сызығы – аудит тарапынан жүйелі тексеріске ұшырауы маңызды. Аудит жүйенің әлсіз тұстарын анықтау мен ағымдағы жүйені жетілдіру бойынша ұсыныстарды құруға көмек береді. Сөйте тұра, операциялық тәуекелді басқаруда КРІ (қызмет тиімділігінің негізгі көрсеткіштері) жүйесін енгізу маңызды рөл атқарады. Ол берілген есептік мерзімге (жыл, тоқсан,

ай) банк өзі үшін операциялық тәуекелдің ұйғарынды деңгейін (тәуекелге тәбет) анықтау қажеттілігі білдіреді, содан соң оны бизнес сызықтарға жіктеу (мысалы, корпоративтік және жеке қаржыландыру, төлемдер мен есеп айырысулар, қазынашылық операцияла және т.б.) және берілген көрсеткіштердің орындалуын белгіленген кезең бойынша қадағалау қажет.

Операциялық тәуекелдер оқиғаларынан келген шығындардың көлемі мұндай көрсеткіш бола алады. Бұл аталған көрсеткіштің сыйлықақы жүйесіне интеграцияланғанында оң нәтиже береді. КРІ жүйесін енгізу операциялық тәуекелді басқаруға қатысу мен қызығушылық деңгейін айтарлықтай көтеруге, басшылық тарапынан да, банк бөлімшесі тарапынан да оны іске асыру шығындарын төмендетуге мүмкіндік береді.

Алайда барлық жоғарыда аталған шарттарды орындау банктегі тәуекел-менеджменті жүйесінің тиімділігіне кепілдік бермейді, себебі оның ұйымдағы әрекетінің негізін қалаушы факторы тәуекел-мәдениеті болып табылады. Өз кезегінде, бұл банктің жоғарғы басшылығының тәуекел-менеджменті жүйесін ұйымдастыру мен дамытуды белсенді әрекет етуін топшылайды, түпкі нәтижесінде ол операциялық тәуекелдерді максималды түрде тиімді басқару мен орын алған шығындарды барынша азайтуға септігін тигізуі тиіс.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Международная конвергенция измерения капитала и стандартов капитала: уточненные рамочные подходы. Июнь, 2004. – [Электронный ресурс] – режим доступа. – URL: <http://www.cbr.ru/today/pk/Basel.pdf>

2. Астахова К.В. Разработка и внедрение в банке системы управления операционными рисками «с нуля» // Управление финансовыми рисками», – 2008. – № 04 (16). – С. 209-307.

3. Инструкция АФН РК от 30 сентября 2005 года № 359 «О требованиях к наличию систем управления рисками и внутреннего контроля в банках второго уровня». [Электронный ресурс] – режим доступа. – URL: www.nationalbank.kz

4. «Операционные риски: три линии защиты», А. Байбагысова. <http://nb.kz/> – National Business.

Б.А. Абдуллаева, кандидат экономических наук, доцент
Новый Экономический университет им. Т. Рыскулова, г. Алматы

Управление операционным риском в финансовых институтах

Аннотация. В последние годы банки Казахстана акцентируются на проблемы риск-менеджмента. Качественные изменения и ужесточение требований со стороны регулятора происходят в процессе управления рисками. Операционный риск представляет собой вероятность возникновения убытков при следующих ситуациях: не соответствие внутренних действий, не соответствие осуществляемых операций к характеристике и масштабу банка, а также не соответствие законодательных требований к банковской деятельности.

Ключевые слова: риск, операционный риск, банк, риск-менеджмент, банковский долг.

B.A. Abdullayeva, Candidate of Economic Sciences, Docent,
New Economic University named after T. Ryskulov, Almaty s.

Operational risk management of financial institutions

Abstract. In recent years, banks in Kazakhstan focus on the problems of risk management. Qualitative changes and stricter requirements on the part of the controller occur in the risk management process. Operational risk is the probability of losses in the following situations: incorrect internal action, a mismatch of the transactions to the features and extent of the bank, as well as compliance with legal requirements is not.

Keywords: risk, operational risk, bank, risk management, bank debt.

УДК 340.01

А. Багзат, студент 4 курса специальности «Таможенное дело»
Г.Т. Айгаринова, научный руководитель,
кандидат юридических наук, доцент кафедры «Таможенного и финансового и экономического права» Казахский национальный университет имени Аль-Фараби, г. Алматы

ПРАВОВАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА КАЗАХСТАНА: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ

Аннотация. В данной статье раскрывается правовая база как объект изучения популяции агентов, обладающих аналогичным социально-экономическим генотипом, а предметом изучения – поведение агента (по-

пуляции агентов) с точки зрения влияния наследственных или приобретаемых факторов.

Ключевые слова. Институциональная структура, институциональная среда, хозяйственная среда, правовая база.

Институциональная структура – это определенный упорядоченный набор институтов, создающих матрицы экономического поведения, определяющих ограничения для хозяйствующих субъектов, которые формируются в рамках той или иной системы координации хозяйственной деятельности. В экономической литературе понятие «институциональная структура» имеет множество трактовок. Часто не проводится различий между дефинициями «институциональная структура» и «институциональная среда». Уильямсон приводит наиболее общее её определение: «Это основные политические, социальные и правовые нормы, являющиеся базой для производства, обмена и потребления» [1]. Однако наличие некоторых институтов, присущих спонтанному рыночному порядку институтов еще не является достаточным условием для становления рыночной институциональной структуры. Например, создание правовой базы для частной собственности не означает, что она действительно может функционировать в экономике как рыночный институт.

Согласно неоклассической парадигме экономическая система в целом, и предпринимательство в частности, рассматривается как совокупность взаимодействующих агентов (физических или юридических лиц), осуществляющих в свободном экономическом пространстве процессы производства, потребления, обмена и исходящих при этом из максимизации собственной полезности, понимаемых главным образом как получение прибыли от всех видов деятельности. Главным объектом исследования является экономический агент, а главный предмет исследования – действия агента на рынке [2].

Согласно парадигме институциональной экономики, действия агентов разворачиваются не «в чистом поле» свободного рынка, а в сильно «пересеченной местности», наполненной разнообразными институтами – организациями, правилами, традициями и т.п. Побудительными мотивами действий агентов являются не столько попытки обеспечения максимальной прибыли, сколько стремление к соответствию данного агента институциональным нормам и правилам, к улучшению своего положения в рамках этих институтов. Главным объектом исследования при таком подходе выступает уже не агент, а институт, а предметом являются отношения между агентами и институтами [3].

Эволюционная парадигма опирается на динамическое представление о деятельности агентов и рассматривает их поведение в контексте факторов эволюционного характера и требует обнаружения и изучения механизмов, аналогичных механизму наследования

генотипа агента, популяции агентов, общества в целом. Главным объектом изучения является популяция агентов, обладающих аналогичным социально-экономическим генотипом, а предметом изучения – поведение агента (популяции агентов) с точки зрения влияния наследственных или приобретаемых факторов.

В последние годы заметен синтез этих трех подходов, обусловленный главным образом признанием всех трех факторов (личного интереса, институционального влияния и эволюционной составляющей) значимыми аргументами при объяснении действий экономических агентов и протекания экономических процессов. Можно полагать, что развитие системной парадигмы приведет к интеграции неоклассической, институциональной и эволюционной концепций.

Данная парадигма стремится к многостороннему рассмотрению социально-экономических образований как комплексов, носящих черты технологических, экономических, социальных, институциональных и иных систем. Главным объектом рассмотрения здесь служат социально-экономические системы, а предметом – их развитие, основанное на взаимодействии внутренних подсистем и влиянии внешних систем и сред. Однако наиболее существенным препятствием на пути развития этого, несомненно, перспективного направления является нерешенность вопроса о природе и факторах возникновения, распространения, закрепления и смены институтов. «Развитие институциональной среды является одним из наиболее значимых факторов конкурентоспособности страны и охватывает сферу госуправления, правовую и судебные системы, противодействие коррупции. Институциональная среда определяется правовой и административной системами, в рамках которых частные лица, компании и органы власти взаимодействуют с целью создания дохода и повышения экономического благосостояния», – отметил К. Нигметов [4]. Как отметил эксперт, в Глобальном индексе конкурентоспособности ВЭФ на 2015-2016 годы совершенствование институциональной среды характеризует фактор «Институты», позиция Казахстана по данному фактору улучшилась на 7 позиций по сравнению с прошлым годом – 50-е место (в 2014 году – 57-е). Пять лет назад мы занимали 94-е место по данному фактору, то есть произошло улучшение на 44 позиции.

Основными факторами улучшения позиций в данном случае являются реализуемые меры в рамках снижения административных барьеров и в целом дебюрократизации государственного управления, а также меры, принимаемые по противодействию коррупции. Стоит отметить, что основные меры по противодействию коррупции предусмотрены в Антикоррупционной стратегии РК на 2015-2025 годы и Концепции правовой политики РК на период с 2010 до 2020

года. Отметим, что в целях выработки рекомендаций и предложений по основополагающим принципам, задачам и способам повышения конкурентоспособности страны Правительство Республики Казахстан постановило создание Совета по конкурентоспособности при Правительстве Республики Казахстан [5].

Министерство регионального развития Республики Казахстан совместно со Всемирным банком в 2014 г. провело семинар по обсуждению институциональных рамок государственной политики в области регулирования предпринимательской деятельности. С 2011 года в рамках Программы совместных экономических исследований, Минрегионразвития совместно с Всемирным банком работают над различными аспектами регуляторной политики. В результате, при поддержке банка был изучен передовой мировой опыт и осуществлена его имплементация в казахстанское законодательство с учетом наших реалий и потребностей. В 2012 году Правительством была принята Концепция дальнейшего реформирования разрешительной системы до 2015 года [6], в основу которой были заложены концептуальные подходы по категоризации и классификации разрешений, предложенные банком. В 2013 году при технической поддержке Всемирного банка разработан Закон РК «О разрешениях и уведомлениях» [7], который был принят Парламентом и подписан Главой государства в этом году. Этим законом впервые в правоприменительную практику внедрен анализ регуляторного воздействия вводимых разрешений. Тем самым был поставлен барьер на пути введения новых необоснованных разрешений для бизнеса. В 2014 году Правительством была принята Концепция государственного регулирования предпринимательской деятельности до 2020 года [8], которая заложила основу для дальнейшей реформы системы государственного регулирования. Эти реформы направлены на повышение эффективности государственного регулирования с одной стороны, и снижение административного бремени бизнеса с другой. В рамках этой концепции предусмотрено внедрение анализа регуляторного воздействия на все инструменты регулирования.

Выступая с приветственным словом, глава Минрегионразвития Болат Жамишев отметил значимость сегодняшнего мероприятия как начала нового важного этапа реформы системы государственного регулирования предпринимательской деятельности в Казахстане. «Казахстанский бизнес должен реально ощущать на себе улучшение делового климата. Мы видим результатом своей работы реальный рост частного сектора», – заявил Болат Жамишев [9]. В ходе семинара Всемирным Банком был представлен анализ действующей нормативной политики в Казахстане и международный опыт в области реформирования регуляторной политики. В частности, представлен опыт Великобритании с акцентом на институционализацию регуля-

торной системы – создание институтов, ответственных за подготовку, консультирование, реализацию и контроль регулирования частного сектора.

На нынешнем этапе становления рыночных отношений в Казахстане идет интенсивный поиск приоритетов экономической политики государства, регулирующей сферу предпринимательства, а также формируется механизм новых, адекватных рыночной экономике взаимоотношений между предприятиями и государством. Благоприятная предпринимательская среда, в которой заинтересованы фирмы и которая, в конечном счете, обеспечивает устойчивое и эффективное развитие, предполагает минимизацию прямого государственного вмешательства в сферу деятельности, относящейся к компетенции предпринимателей. При этом государство не уходит из сферы регулирования предпринимательства, а создает рамочные институциональные условия ведения бизнеса. Предприятия, со своей стороны, в рамках законодательно установленных норм и правил пытаются приспособиться к условиям внешней среды или использовать их таким образом, чтобы достичь максимальной выгоды для себя. Исходя как из необходимости формирования новой институциональной структуры и новой экономической политики, так и из перспективы интенсивного развития предпринимательства и рынка в нашей стране в ближайшем будущем, можно говорить об актуальности исследования рамочных условий, обеспечивающих успешность функционирования производства и являющихся благоприятными с точки зрения развития предпринимательства. Благоприятная хозяйственная среда – важнейшая составляющая процесса экономического развития современных стран и залог процветания государства. Проблема, исследуемая в данной работе, заключается в противоречии функционирования институтов как средства осуществления государственного воздействия на организацию, с одной стороны, и как основы деятельности коммерческих организаций производственного типа с другой стороны, а также в несовпадении (а нередко и в существенном расхождении) интересов, которые стремятся реализовать государство и производственные предприятия.

Потому на современный период времени предметом исследования должны являться институциональные условия хозяйствования, характерные для высокоразвитой рыночной экономики, государственная политика, формирующая и видоизменяющая эти условия, а также поведение фирм в определенной институциональной среде. Основное внимание необходимо уделять тем фундаментальным институтам, которые традиционно формируют основу предпринимательской среды: собственность, ответственность, договоры, конкуренция. Другие институты, которые возникают, например, в процессе функционирования финансовых рынков или в процессе

региональной интеграции, несмотря на их значимость, остаются за рамками исследования. Фактическим материалом анализа должно являться и актуализироваться хозяйственные условия и взаимодействие государства, компаний и фирм в странах Западной Европы и соответственно Западного Китая. Потому как Казахстан определен шелковым путем взаимодействия и логистики.

Таким образом, целью изучения вышеупомянутой проблемы является оценка задач, характера, методов и результативности воздействия государства на организации производственного типа путем изменения институциональных рамок, а также особенностей соответствующей реакции фирм на это воздействие. Для достижения этой цели необходимо решение следующих задач:

- рассмотреть основные направления и проблематику исследований общих условий хозяйствования и предпринимательства в рамках новой институциональной теории, а также в предшествовавших ей концепциях новой исторической школы и «фрайбургской школы» (ордолиберализма).

- очертить и проанализировать круг институтов, оказывающих первостепенное влияние на функционирование коммерческой организации производственного типа.

- изучить методы воздействия государства на институциональную структуру с целью изменения хозяйственных рамок функционирования предприятий.

- проанализировать характер взаимосвязей в системе «государство-экономическая политика – институты – стратегия предприятия».

- исследовать опыт позитивного использования предприятиями в процессе принятия ими стратегических решений заданных институциональных условий или противодействия последствиям неблагоприятных предпринимательских условий.

- дать рекомендации по изменению институциональной структуры национальной экономики, исходя из опыта институционального и предпринимательского развития в Казахстане и других западноевропейских странах, а также по разработке основных элементов стратегии предприятий, в той или иной мере обусловленной институциональной средой.

При рассмотрении основной проблемы исследования представляется целесообразным изучить опыт, накопленный развитыми странами по принятию решений, касающихся создания, развития и функционирования крупного и среднего предпринимательства, а также изучению институциональных рамок и действий государства, оказывающих непосредственное воздействие на предприятие, с целью разработки оптимальной стратегии развития (выживания) в тех или иных условиях хозяйствования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уильямсон О. Частная собственность и рынок капитала // ЭКО. 1993. № 5.
2. Шастико А.Е. Институциональная среда предпринимательской деятельности // Общественные науки и современность. – № 2, 2008. – С. 24-35
3. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с.
4. веб-сайт www.strategy2050.kz
5. Постановление Правительства РК 05.09.2012 г. – № 1142
6. О Концепции дальнейшего реформирования разрешительной системы Республики Казахстан на 2012-2015 годы \\\ Постановление Правительства Республики Казахстан от 11 июля 2012 года № 929
7. О разрешениях и уведомлениях \\\ Закон Республики Казахстан от 16 мая 2014 года № 202-V ЗРК
8. Утверждена Концепция государственного регулирования предпринимательской деятельности до 2020 года \\\ <http://www.zakon.kz/4623202-utverzhdena-koncepcija-gosudarstvennogo.html>
9. электронный доступ: <http://www.worldbank.org/ru/news/press-release/>

А. Бағзат, «Кедендік іс» мамандығының 4 курс студенті
Г.Т. Айғаринова, ғылыми жетекші «Кедендік және қаржы-экономикалық құқық» кафедрасының доценті, құқық ғылымдарының кандидаты әл Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті, Алматы қ.

Қазақстанның құқықтық құрылымы: ерекшеліктері мен тенденциясы

Түйіндеме. Мақалада құқықтық негіздер агенттердің популяциясы ретінде қарастырылып элеуметтік-экономикалық генотипі мен оның пәні ретінде олардың әр түрлі мұралық және қалыптастырылған факторлары қарастырылады.

Түйін сөздер: Институционалды құрылым, институционалды бөлім, шаруашылық құрылым, құқықтық база.

A. Bagzat, 4th year student of the specialty «Customs»

G.T. Aygarinova, scientific director

Ph.D., associate professor of «Customs and the financial and economic law»
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty s.

Legal institutional environment of Kazakhstan: features and trends

Abstract. This article deals with the legal framework as an object of study of a population of agents that have similar social and economic genotype

and the subject of study – the behavior of the agent (agent population) in terms of the influence of hereditary or acquired factors.

Keywords: Institutional framework, institutional environment, economic environment, legal framework.

УДК 338.45: 330.14

Б.А. Байтанаева, профессор, кандидат экономических наук

Д.М. Ерембетова, магистрант

Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева, г. Алматы

СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ: СТРУКТУРА И ВИДЫ

Аннотация. В статье рассмотрены экономические категории: «капитал», «собственный капитал», его структура и виды. Статья базируется на законодательной базе Республики Казахстан. Особое внимание уделено видам собственного капитала: уставный капитал, дополнительно оплаченный капитал, резервный капитал, суммы переоценки по основным средствам, инвестициям и прочим активам, нераспределенная прибыль. Рассмотрены также положительные и отрицательные аспекты собственного капитала.

Ключевые слова: капитал, собственный капитал, акционерное общество, предприятие, прибыль.

Современные условия рыночных отношений в экономике способствовали появлению множества новых экономических объектов учета и анализа. Одним из таких объектов выступает капитал предприятия как важнейшая экономическая категория, в особенности собственный капитал.

Значимость собственного капитала для финансовой устойчивости предприятия крайне высока, что отражено в Законе Республики Казахстан от 13 мая 2003 года № 415-III «Об акционерных обществах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.11.2015 года) [1]. В законе отражены следующие важные аспекты: требования к минимальной величине уставного капитала, соотношения уставного капитала и чистых активов, возможность выплаты дивидендов в зависимости от соотношения чистых активов, суммы уставного и резервного капитала, и т.д.

Ключевым моментом функционирования хозяйствующего субъекта является его финансовая политика, которая определяет темпы роста его экономического потенциала в современных условиях рыночных отношений и развитой конкуренции. Крайне высокую

значимость в рамках определения финансового состояния компании имеют показатели, характеризующие финансовое положение субъекта. Особое значение придается собственному капиталу, который в большинстве случаев выступает основой расчета для многих других финансовых показателей.

Собственный капитал компании и его учет являются важными элементами ведения бухгалтерского учета. В процессе учета собственного капитала формируются ключевые характеристики направлений финансирования жизнедеятельности хозяйствующего субъекта.

Любое предприятие должно проводить анализ собственного капитала, в ходе которого можно определить его состав, а в случае изменений спрогнозировать последствия для предприятия, что поможет сохранению финансовой устойчивости в целом.

Капитал – это сумма благ в виде материальных, интеллектуальных и финансовых средств, используемых предприятием в качестве ресурса в целях производства большего количества благ [4]. Термин «капитал» происходит от латинского «сapitalis», что означает «основной, главный». В первоначальных работах экономистов, капитал рассматривался как основное богатство, основное имущество. По мере развития экономической мысли это первоначальное абстрактное, и обобщенное понятие капитала наполнялось конкретным содержанием, соответствующим господствующей парадигме экономического анализа развития общества.

В процессе хозяйственной деятельности происходит постоянный оборот капитала: последовательно он меняет денежную форму на материальную, которая, в свою очередь, изменяется, принимая различные формы продукции, товара и другие, в соответствии с условиями производственно-коммерческой деятельности организации, и, наконец, капитал вновь превращается в денежные средства, готовые начать новый кругооборот [2].

В казахстанской практике капитал предприятия часто разделяют на активный и пассивный. С методологической точки зрения это неверно. Такой подход является причиной недооценки места и роли капитала в бизнесе и приводит к поверхностному рассмотрению источников формирования капитала. Капитал не может быть пассивным, так как является стоимостью, приносящей прибавочную стоимость, находящуюся в движении, в постоянном обороте. Поэтому более обоснованно здесь применять понятия источников формирования капитала и функционирующего капитала [5].

Структура источников образования активов (средств) представлена основными составляющими: собственным капиталом и заемными (привлеченными) средствами.

Собственный капитал представляет собой совокупность материальных ценностей и денежных средств, финансовых вложений и затрат на приобретение прав и привилегий, необходимых для осуществления ее хозяйственной деятельности.

Собственный капитал (СК) организации как юридического лица в общем виде определяется стоимостью имущества, принадлежащего организации. Это так называемые чистые активы организации. Они определяются как разность между стоимостью имущества (активным капиталом) и заемным капиталом [3].

Собственный капитал (СК) организации как юридического лица в общем виде определяется стоимостью имущества, принадлежащего организации. Это так называемые чистые активы организации. Они определяются как разность между стоимостью имущества (активным капиталом) и заемным капиталом. Конечно, собственный капитал имеет сложное строение. Его состав зависит от организационно-правовой формы хозяйствующего субъекта.

Собственный капитал состоит из уставного капитала, дополнительно оплаченного капитала, суммы переоценки по основным средствам, инвестициям и прочим активам, резервного капитала и нераспределенного дохода (непокрытый убыток) – рисунок 1.

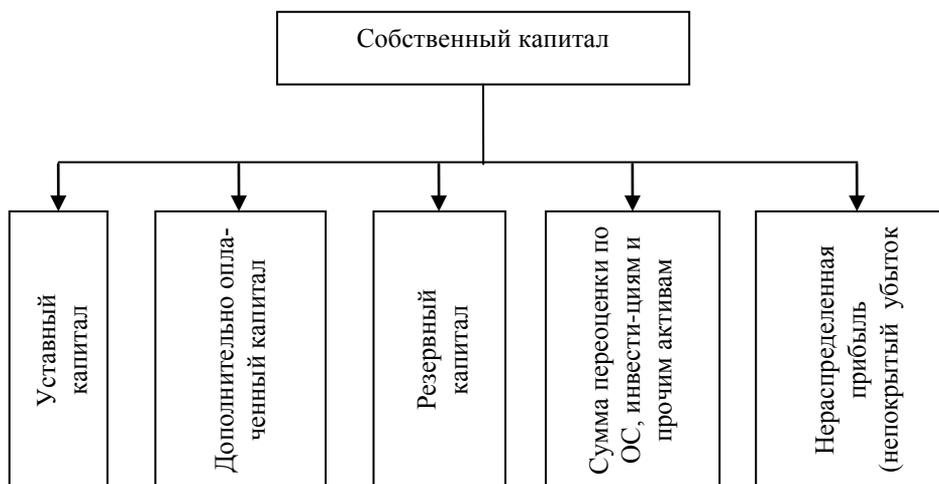


Рисунок 1 – Формы функционирования собственного капитала предприятия

Коммерческие организации, функционирующие на принципах рыночной экономики, как правило, владеют коллективной или корпоративной собственностью. Собственниками выступают юридические и физические лица, коллектив вкладчиков-пайщиков или

корпорация акционеров. Уставный капитал, сложившийся как часть акционерного капитала, наиболее полно отражает все аспекты организационно-правовых основ формирования уставного капитала [2].

Акционерный капитал – это собственный капитал акционерного общества (АО). Акционерным обществом признается юридическое лицо, выпускающее акции с целью привлечения средств для осуществления своей деятельности [1]. Участники АО (акционеры) не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций [1].

Уставный капитал при этом представляет собой совокупность вкладов (рассчитываемых в денежном выражении) акционеров в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами. В силу своей устойчивости уставный капитал покрывает, как правило, наиболее неликвидные активы, такие, как аренда земли, стоимость зданий, сооружений, оборудования.

Особое место в реализации гарантии защиты кредиторов занимает *резервный капитал*, главная задача которого состоит в покрытии возможных убытков и снижении риска кредиторов в случае ухудшения экономической конъюнктуры. Резервный капитал формируется в соответствии с установленным законом порядком и имеет строго целевое назначение. В условиях рыночной экономики он выступает в качестве страхового фонда, создаваемого для возмещения убытков и защиты интересов третьих лиц в случае недостаточности прибыли у предприятия до того, как будет уменьшен уставный капитал [2].

В Законодательстве Республики Казахстан (Закон РК от 13 мая 2003 года № 415-III «Об акционерных обществах» с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.11.2015 года) предусмотрено требование о том, что, начиная со второго года деятельности предприятия, его уставный капитал не должен быть меньше, чем чистые активы. Если данное требование нарушается, то предприятие обязано уменьшить (перерегистрировать) уставный капитал, поставив его в соответствие с величиной чистых активов (но, не менее, минимальной величины). Формирование резервного капитала является обязательным для акционерных обществ, его минимальный размер не должен быть менее 15% от его объявленного уставного капитала [1].

Следующий элемент собственного капитала – *дополнительный оплаченный капитал*, который показывает прирост стоимости имущества в результате переоценок основных средств и незавершенного строительства организации, производимых по решению правительства, полученные денежные средства и имущество в сум-

ме превышения их величины над стоимостью переданных за них акций и другое. Добавочный капитал может быть использован на увеличение уставного капитала, погашение балансового убытка за отчетный год, а также распределен между учредителями предприятия и на другие цели. При этом порядок использования добавочного капитала определяется собственниками, как правило, в соответствии с учредительными документами при рассмотрении результатов отчетного года.

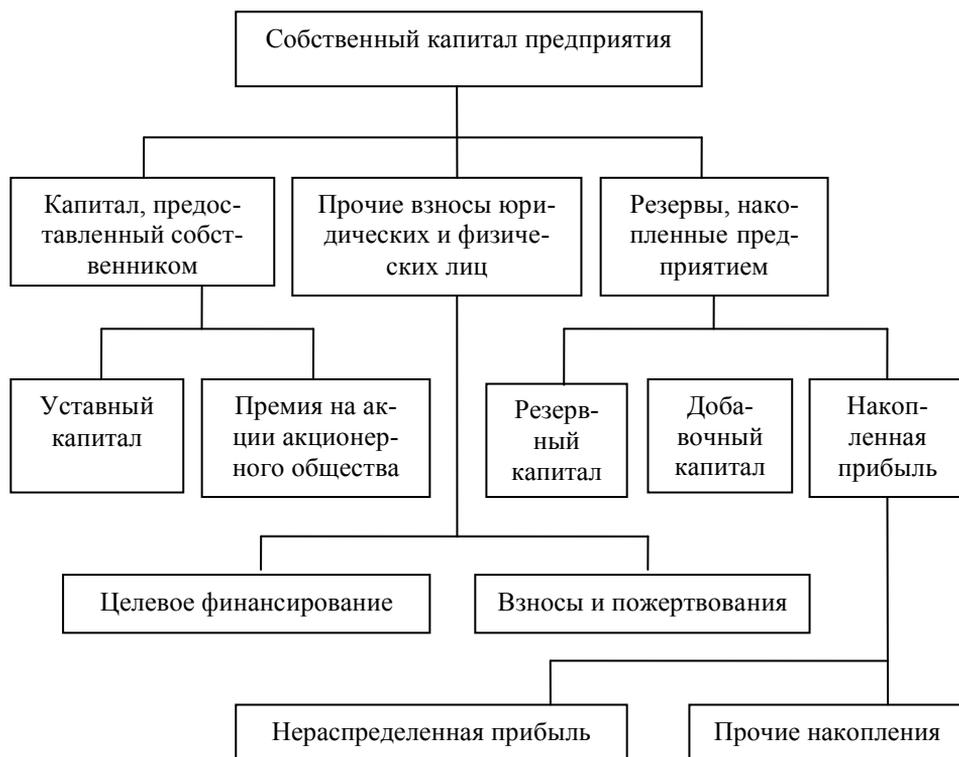


Рисунок 2 – Структура собственного капитала предприятия

В хозяйствующих субъектах возникает еще один вид собственного капитала – *нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)*. Нераспределенная прибыль – это чистая прибыль (или ее часть), не распределенная в виде дивидендов между акционерами (учредителями) и не использованная на другие цели. Обычно эти средства используются на накопление имущества хозяйствующего субъекта или пополнение его оборотных средств в виде свободных денежных сумм, то есть в любой момент готовых к новому обороту. Нераспределенная прибыль может из года в год увеличиваться, представляя рост собственного капитала на основе внутреннего

накопления. В растущих, развивающихся акционерных обществах нераспределенная прибыль с годами занимает ведущее место среди составляющих собственного капитала. Ее сумма зачастую в несколько раз превышает размер уставного капитала [2].

В составе собственного капитала могут быть выделены две основные составляющие: инвестированный капитал, то есть капитал, вложенный собственниками в предприятие; и накопленный капитал – капитал, созданный на предприятии сверх того, что было первоначально авансировано собственниками. Инвестированный капитал включает номинальную стоимость простых и привилегированных акций, а также дополнительно оплаченный (сверх номинальной стоимости акций) капитал.

К данной группе обычно относят и безвозмездно полученные ценности. Первая составляющая инвестированного капитала представлена в балансе казахстанских предприятий уставным капиталом, вторая – добавочным капиталом (в части полученного эмиссионного дохода), третья – добавочным капиталом или фондом социальной сферы (в зависимости от цели использования безвозмездно полученного имущества).

Все источники формирования собственного капитала можно разделить на внутренние и внешние (рисунок 3).

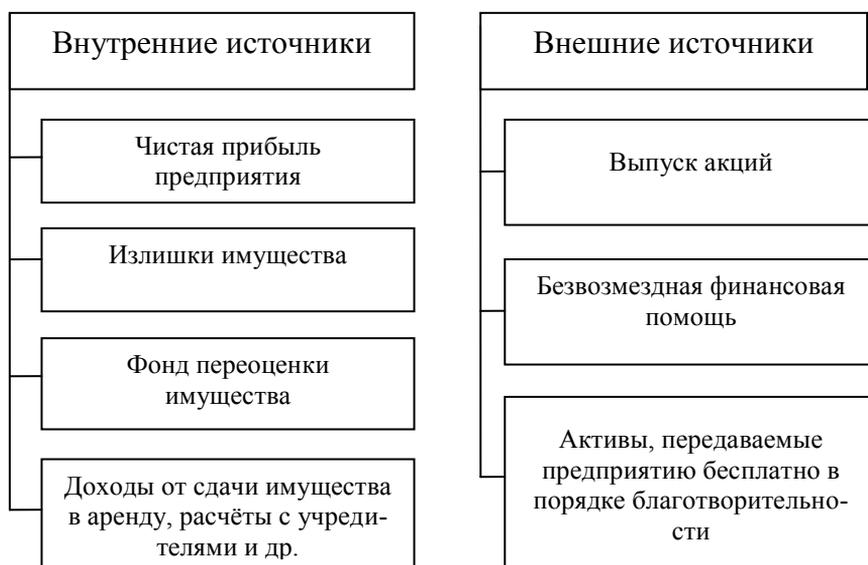


Рисунок 3 – Источники формирования собственного капитала

Накопленный капитал находит свое отражение в виде статей, возникающих в результате распределения чистой прибыли (резервный капитал, нераспределенная прибыль, иные аналогичные статьи). Несмотря на то, что источник образования отдельных состав-

ляющих накопленного капитала – чистая прибыль, цели и порядок формирования, направления и возможности использования каждой его статьи существенно отличаются. Эти статьи формируются в соответствии с законодательством, учредительными документами и учетной политикой [2].

Собственный капитал характеризуется следующими основными *положительными особенностями*:

1) Простотой привлечения, так как решения, связанные с увеличением собственного капитала (особенно за счет внутренних источников его формирования) принимаются собственниками и менеджерами предприятия без необходимости получения согласия других хозяйствующих субъектов.

2) Более высокой способностью генерирования прибыли во всех сферах деятельности, т.к. при его использовании не требуется уплата ссудного процента во всех его формах.

3) Обеспечением финансовой устойчивости развития предприятия, его платежеспособности в долгосрочном периоде, а соответственно и снижением риска банкротства [2].

Вместе с тем, ему присущи следующие *недостатки*:

1) Ограниченность объема привлечения, а, следовательно, и возможностей существенного расширения операционной и инвестиционной деятельности предприятия в периоды благоприятной конъюнктуры рынка на отдельных этапах его жизненного цикла.

2) Высокая стоимость в сравнении с альтернативными заемными источниками формирования капитала.

3) Неиспользуемая возможность прироста коэффициента рентабельности собственного капитала за счет привлечения заемных финансовых средств, так как без такого привлечения невозможно обеспечить превышение коэффициента финансовой рентабельности деятельности предприятия над экономической [2].

Таким образом, предприятие, использующее только собственный капитал, имеет наивысшую финансовую устойчивость (его коэффициент автономии равен единице), но ограничивает темпы своего развития (т.к. не может обеспечить формирование необходимого дополнительного объема активов в периоды благоприятной конъюнктуры рынка) и не использует финансовые возможности прироста прибыли на вложенный капитал.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон РК от 13 мая 2003г. № 415-III «Об акционерных обществах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.11.2015 г.).

2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: ООО «Новое знание». – 2006.

3. Романовский М.В. Финансы и кредит. – М.: высшее образование. – 2008.

4. Научная статья. Капитал, его понятие и теории. Интернет-источник <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/kapital.html>.

5. Научная работа. Оптимизация структуры капитала компании. Интернет-источник: <http://fan-5.ru/entry/work-246454.php>.

Б.А. Байтанаева, экономика ғылымдарының кандидаты, профессор

Д.М. Ерембетова, магистрант

Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық техникалық университеті, Алматы қ.

Компанияның меншікті капиталы: құрылымы мен түрлері

Түйіндеме. Мақалада мынадай экономикалық санаттар «капитал», «меншікті капитал», оның құрылымы мен түрлері қарастырылған. Мақала Қазақстан Республикасының заңнамалық негіздеріне сүйеніп жазылған. Айрықша көңіл меншікті капиталының түрлеріне бөлінген: жарғылық капитал, қосымша төленген капитал, негізгі қаржылар бойынша қайта бағалау сомалары, инвестициялар және өзге активтерге, бөлінбейтін пайда. Сонымен қатар меншікті капиталдың оң және теріс жақтары да көрсетілген.

Түйін сөздер: капитал, меншікті капитал, акционерлік қоғам, кәсіпорын, пайда.

B.A. Baitanayeva, professor, candidate of economic sciences

D.M. Yerembetova, undergraduate

Satpayev Kazakh National Research Technical University, Almaty c.

Own capital of the company: structure and types

Abstract. In article economic categories are considered: «capital», «shareholders' equity», its structure and types. Article is based on legislative base of the Republic of Kazakhstan. The special attention is paid to types of shareholders' equity: the original share capital, share premium, reserves, the reassessment sums on fixed assets, investments and other assets, retained earnings. Also positive and negative aspects of shareholders' equity are considered.

Keywords: capital, own capital, joint-stock company, enterprise, profit.

Ж.Б. Биматова, магистрант, 2 курс, 6М050600 – «Экономика»
А.Т. Ускеленова, научный руководитель, д.э.н., профессор
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы

ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ КАК ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

Аннотация. Статья раскрывает экономику знаний как высший этап развития постиндустриальной экономики развития экономики и общества страны и инновационной экономики, Для эффективного использования накопленного опыта и знаний в производстве и потреблении, а также для исследования новых процессов и явлений необходима система индикаторов, отражающих уровень развития сектора повышенного спроса на знания.

Ключевые слова. Экономика знаний, инвестиции, рынок знаний, рынок услуг, рынок труда, инновационный менеджер.

Экономика знаний – высший этап развития постиндустриальной экономики развития экономики и общества страны и инновационной экономики, для которой характерны информационное общество или общество знаний. Данный термин «knowledge management» (или «экономика, базирующаяся на знаниях») ввел в оборот Фриц Махлуп в 1962 году [1], понимая под ним просто сектор экономики. Сейчас этот термин используется для определения типа экономики, где знания играют решающую роль, а производство знаний становится источником роста. Данный процесс подтверждается тем, что инвестиции в знания растут быстрее, чем вложения в основные фонды. 90% всего количества знаний, которыми располагает человечество, получено за последние 30-40 лет, так же как 90% общего числа ученых и инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации являются нашими современники. А это явные признаки перехода от экономики, основанной на использовании природных ресурсов, к экономике знаний.

Отметим, что 12-ого февраля 2015 года начата работа по договору № 316 по бюджетной программе: 055 «Научная и/или научно-техническая деятельность», подпрограмма 101 «Грантовое финансирование научных исследований», специфика: 156 «Оплата консалтинговых услуг и исследований», по приоритету: «Интеллектуальный потенциал страны» и по темам: «Формирование и развитие системы управления знаниями в университете: инновационный подход», руководителем проекта является доктор DBA Кожахметов А.Б., а соруководителем является профессор Ускеленова А.Т. [2] Данный проект предполагает исследование компетенций педагога в

системе высшего образовательного учреждения, потому как «экономика, базирующаяся на знаниях» – это тип экономики, в которой производство знаний является источником ее роста. При этом в литературе используются и такие термины, как «посткапиталистическое общество», «инновационная экономика», «информационное общество», «высокотехнологическая цивилизация» и др.

Современная рыночная экономика характеризуется преобладанием рынка знаний и информации над рынками материально-вещественных товаров и ресурсов и значительным ростом объема затрат на развитие ее первичного, базового сектора, в котором создаются и распространяются знания [3]:

- научные исследования, в том числе фундаментальные и прикладные исследования, проектно-конструкторские разработки;
- высшее образование;
- разработка программного обеспечения;
- подготовка учащихся в начальной и средней школе, среднее профессиональное образование и т.д.

Инвестиции в знания растут быстрее, чем инвестиции в основные фонды. Необходимость прогнозирования процессов создания новых знаний, оценки и определения приоритетов научно-технического развития привели к тому, что классическая классификация отраслей замещается классификацией, базирующейся на оценке уровня наукоемкости применяемой в ней технологии.

Возможно, ли измерить знания? На данный ответ однозначного ответа найти довольно сложно потому как знания – это продукт, с одной стороны, частный, который можно присваивать, а с другой – общественный, принадлежащий всем. Поэтому знания измеряют по затратам на их производство и по рыночной стоимости проданных знаний. Затраты включают расходы на исследования и разработки, на систему высшего образования, на программное обеспечение или информационные технологии.

Принципы формирования экономики знаний являются [4]:

- акт купли-продажи другими словами в качестве интегрального показателя экономического развития используется показатель валового внутреннего продукта. В его основе – идея о том, что нужный продукт – это тот, который кем-то куплен. Цена, по которой продукт куплен, является истинной оценкой его полезности;
- общественные (публичные) блага потребляются бесплатно или по ценам, не соответствующим их реальной ценности для человека. Поэтому производство и потребление общественных благ отражаются в ВВП (и системе национальных счетов) не по акту покупки, а по произведенным затратам, что коренным образом противоречит идее, заложенной в основу измерения результатов экономической деятельности. Отметим, что знания, по крайней мере, значи-

тельная их часть, являются общественным благом, более того, даже не национальным, а международным общественным благом. Измерение их ценности, исходя из затрат, дает искаженную картину: затраты государства на науку отнюдь не есть стоимость произведенных знаний. Значит, необходимо научиться измерять спрос на знания. Отметим, что только спрос определяет, жить или не жить знанию дальше. К великому сожалению, огромное число идей, открытий, изобретений и других произведенных людьми знаний исчезло, по-настоящему не родившись.

Для эффективного использования накопленного опыта и знаний в производстве и потреблении, а также для исследования новых процессов и явлений необходима система индикаторов, отражающих уровень развития сектора повышенного спроса на знания и в целом экономики, основанной на знаниях. В качестве положительного примера можно привести предложенную Организацией экономического сотрудничества и развития (OECD) систему индикаторов, в составе которой можно выделить определенные группы показателей. Экономику, основанную на знаниях, можно охарактеризовать двумя путями:

во-первых, со стороны входа, то есть на основе оценки общего объема затрат (суммарных инвестиций) на развитие ее базового сектора, в котором вырабатываются и распространяются новые знания (образование и НИОКР – научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы);

во-вторых, со стороны выхода, то есть, оценивая вклад по валовой добавленной стоимости отраслей, которые в основном и потребляют новые знания: от так называемых высокотехнологичных отраслей высшего уровня или ведущих высоких технологий, включающих также отрасли оборонной промышленности, до высоких технологий среднего уровня и сферы высокотехнологичных услуг.

При расширенной трактовке сектора повышенного спроса на новые знания и технологии дополнительно учитываются также образование и здравоохранение, культура и управление. По оценкам соответствующих показателей можно рассчитать уровни поддержки сектора знаний и его использования в национальной экономике, определяемые относительно мирового уровня или уровня передовых стран. Отметим, что соотношение между показателями на входе и выходе подтверждает, что в настоящее время в нашей стране недооценен труд занятых в науке и образовании, финансирование этих отраслей приближается к уровню стран с невысоким научно-техническим и образовательным потенциалом.

Экономика знаний имеет три принципиальные особенности:

первая – дискретность знания как продукта. Конкретное знание либо создано, либо нет. Не может быть знания наполовину или на одну треть.

вторая особенность состоит в том, что знания, подобно другим общественным (публичным) благам, будучи созданными, доступны всем без исключения.

третья особенность знания: по своей природе это информационный продукт, а информация после того, как ее потребили, не исчезает, как обычный материальный продукт.

Отметим, что спорен вопрос и того, что в применении к знанию (как дискретному продукту) рыночный механизм может быть столь же эффективным, как в случае с традиционными продуктами. Недавние исследования показывают, что основные результаты, полученные для делимых продуктов, при достаточно общих и реалистичных условиях оказываются верными также и для дискретных продуктов.

Таким образом, экономика знаний – неразделимая триада рынков: рынка знаний, рынка услуг и рынка труда. Их нельзя рассматривать изолированно, настолько тесно они друг с другом взаимодействуют. Отсюда вытекает много следствий, и это должны осознать люди, которые принимают решения в данной области. Данная триада обусловлена также неявным знанием. Речь идет о том знании, которое невозможно отделить от его носителя: индивиду или научного, конструкторского и производственного коллектива. Есть мнение, что доля накопленного неотделимого знания у наших соотечественников выше, чем в других странах, что может стать нашим конкурентным преимуществом. Но коллективы легко уничтожить. И сейчас мы являемся свидетелями того, как разрушаются выдающиеся коллективы, которые создавали, например, крупные системы вооружений, активисты социальных движений сами редуцирующие человека, фармацевтическая и продовольственная мафия и т.д. Тем самым разрушается неотделимое знание, которое потенциально стоит миллиарды долларов.

Потому предположим, что система управления знаниями это лаборатория по решению проблем. Поток проблем разнообразен и интенсивен, поэтому организация сектора знаний должна быть гибкой, динамичной – именно экономикой. Но для этого нужен особый тип специалиста, так называемый инновационный менеджер, чувствующий прорывное направление и обладающий информационным опытом, концепциями использования данными инструментами, а также имеющий чувство морали и эмоциональной компетентности, а также владеющий управленческими навыками. Уже есть люди, которые становятся миллионерами, миллиардерами, работая в данной области, однако они пока не у нас. У нас данная профессио-

нальная направленность лишь только зарождается. Отметим, что в качестве примера прорывного направления можно привести фуллерены [5]. Отметим, что фуллерены – молекулярное соединение, принадлежащее классу аллотропных форм углерода и представляющее собой выпуклые замкнутые многогранники, составленные из чётного числа трёх координированных атомов углерода. Своим названием фуллерены обязаны инженеру и архитектору Ричарду Бакминстеру Фуллеру, чьи геодезические конструкции построены по этому принципу. Хотя Нобелевская премия присуждена не нам, но 7% мирового потока публикаций в этой области – российские и лишь порядка 3% казахстанские, причем существенный вклад вносит Национальная академия наук МОН РК. Это направление сулит очень много. Но нужны инновационные менеджеры, которые знают, как превращать фундаментальное знание в деньги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с. («The Production and Distribution of Knowledge in the United States». 1962.)
2. Формирование и развитие системы управления знаниями в университете: инновационный подход // <http://www.almau.edu.kz/>
3. Гапоненко А.Л. Управление знаниями: [Электрон. ресурс] / А.Л. Гапоненко. – М.: ИПК Госслужбы, 2001. – 52 с. – Режим доступа: URL: <http://www.koism.rags.ru/publ/indiv/07.php>
4. Каптерев А.И. Мультимедийный предметно-тематический комплекс – необходимый элемент современного образования // Библ. дело – 2003. – М., 2003. – С. 231-232
5. Смирнов Б. М. Фуллерены могут быть опасны // «Наука и жизнь» № 7, 1992. – № 11, 1993.

Ж.Б. Биматова, 2 курс магистрі, 6M050600 – «Экономика»

А.Т. Ускеленова, ғылыми жетекші, э.ғ.д., профессор
Алматы Менеджмент Университеті, Алматы қ.

Білімді басқарудың жүйесін дамытудың алғы шарттарының бірі ретінде білім экономикасы

Түйіндеме. Мақалада білім экономикасы индустриалды экономиканы, мемлекет қоғамын, инновациялық экономиканы дамытудың жоғарғы сатысы ретінде қарастырылады. Жинақталған білім мен тәжірибені өндірісте және тұтытуда тиімді пайдалану, сонымен қатар жаңа зерттеулер мен индикаторлар жүйесін дамыту арқылы білімге деген сұранысты жоғарлату жолдары зерттелген.

Түйін сөздер. Білім экономикасы, инвестициялар, білім нарығы, қызметтер нарығы, еңбек нарығы, инновациялық менеджер.

J.B. Bimatova, magistracy, 2nd year, 6M050600 – «Economics»
A.T. Uskelenova, scientific adviser, Doctor of Economics, Professor
Almaty Management University, Almaty s.

Knowledge economy as a priority of alternative knowledge management system

Abstract. The article reveals the knowledge economy as the highest stage of development of the post-industrial economy of economic and social development of the country and innovative economy, to effectively use the accumulated experience and knowledge in production and consumption, as well as research into new processes and phenomena requires a system of indicators that reflect the level of development of the sector increased demand for knowledge.

Keywords. Knowledge economy, investment, market knowledge, market services, labor market, innovation manager.

УДК 2964.1418

А.А. Мельдеханова, магистрант, 6M090900 – «Логистика»
А.Т. Ускеленова, доктора экономических наук, профессор
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ЗАПАСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В данной статье раскрываются вопросы организации логистического управления компании. Главной задачей службы логистики является разрешения возникающих проблем и конфликтных ситуаций, их анализ и перераспределение по другим службам компании.

Ключевые слова. Логистика, служба логистики, транспортно-складские операций, внутрифирменные проблемы логистики, принципы логистики.

Для систематизации логистических процессов и внедрения логистического управления компании необходимо создание самостоятельного подразделения в организационной структуре компании – службы логистики и службы управления запасами, находящиеся в прямом подчинении руководства компании. На предприятии, имеющем службу логистики, все функции, необходимые для эффективного выполнения заказов, объединяются в централизован-

но управляемый механизм, позволяющий решать задачи транспортировки любой степени сложности. В организационной структуре предприятия почти все функциональные области взаимодействуют со службой логистики, обеспечивая оптимизацию деятельности и устойчивости предприятия. Перед специалистами службы логистики не ставится задача устранения сбоев и разрешения возникающих проблем и конфликтных ситуаций, их функция – анализ и координация выполнения укрупненных блоков задач. Задача управления на основе логистического подхода – согласовать потребности в операциях на межфункциональной основе для достижения глобальной цели предприятия. Служба логистики тесно взаимодействует с различными функциональными подразделениями компании, обеспечивая оптимизацию их деятельности. В большинстве случаев количество и объемы заказов могут быть значительными, что они затруднят специалистов службы логистики качественно и детально выполнить заказы. В этой связи необходимо разграничивать процесс управления заказами от процесса его координации. Главной задачей службы логистики является не задача разрешения возникающих проблем и конфликтных ситуаций, а их анализ и перераспределение по другим службам компании. Однако без имеющейся в структуре управления компанией, как службы логистики, так и службы управления запасами данная интеграция невозможна. Это препятствует эффективному функционированию компании и делает невыполнимым ее системное развитие.

Служба логистики является основным подразделением, без которого реализуемые товары были бы лишены одного из главных потребительских свойств – доступность потребителю. Создание службы логистики позволит увязать в единую систему задачи логистического управления внутренними бизнес-процессами компании с бизнес-процессами партнеров и потребителей. Важной задачей при организации службы логистики на предприятии является рациональная организация отделов и групп внутри службы логистики, которая основана на ряде принципов. Принципы организации в звеньях микрологистической цепи (в структурных подразделениях службы логистики) представляют собой функциональный принцип; географический принцип; продуктовый принцип; принцип «по поставщику»; принцип «по потребителю» и комбинированный принцип. Охарактеризуем каждый из этих принципов [1]:

Функциональный принцип предусматривает выполнение всего комплекса функций в каждой отдельной подсистеме логистики без его разделения между сотрудниками. Он применит на предприятиях, оперирующих ограниченной номенклатурой потребляемых материальных ресурсов и незначительной номенклатурой реализуемой продукции. Географический принцип представляет собой раз-

деление рынка, например, по регионам, по каждому из которых осуществляется весь комплекс логистических функций соответствующими отделами или группами службы логистики. Как правило, такой принцип организации характерен для предприятия, имеющего головную структуру и филиалы в регионах, по которым выполняются все работы, связанные с логистическими функциями.

Продуктовый принцип используется на предприятиях в отделах закупок и продаж, а также на складах (материальных ресурсов и готовой продукции), на которых потребляется значительная номенклатура материально-технических ресурсов и реализуется также значительный ассортимент промежуточной или конечной готовой продукции.

Принцип «по поставщику» используется на предприятиях и в организациях, на которых значительный ассортимент материальных ресурсов поступает от одного конкретного поставщика. В этом случае в отделе закупок службы логистики отдельный сотрудник занимается только данным поставщиком и соответствующей номенклатурой материальных ресурсов, которую он поставляет предприятию.

Принцип «по потребителю» применяется на предприятиях, имеющих длительные производственно-хозяйственные связи с производственным дистрибьютором, который приобретает определенный ассортимент продукции предприятия в значительных объемах. В этом случае в отделе продаж службы логистики отдельный сотрудник занимается только данным потребителем и соответствующей номенклатурой реализуемой продукции.

Комбинированный принцип представляет собой совмещение приведенных выше организационных принципов, используемых в отделах службы логистики предприятия или организации. В основном это сочетание характерно отделам закупок и продаж. Возможен также вариант, при котором на складе готовой продукции укомплектование заказов и транспортных партий продукции для одного конкретного потребителя занимается определенный сотрудник, но при этом склад организован по продуктовому принципу.

В структуре службы логистики все функции, необходимые для эффективного выполнения заказа, объединяются в мощный централизованно-управляемый механизм, позволяющий решать заказы практически любой сложности, слаженно и профессионально. Немаловажной функцией службы логистики является доставка сырья в цеха непосредственно к рабочим местам. Слабая взаимосвязь производства с логистикой при реализации этой функции приводит к увеличению запасов на разных участках, созданию дополнительной нагрузки на производство. Понимание выгод эффективного взаимодействия функциональных подразделений и службы логистики, наличие эффективной системы коммуникации между подразделения-

ми, поддержка руководства компании способны внести значительный вклад в реализацию стратегической цели компании.

Наиболее сложной является структура движения информационных потоков, в центре которой находится служба логистики. Немаловажно рационально организовать внутренние информационные потоки в компании путем разработки, внедрения и использования информационных систем для управления материальными и финансовыми потоками. Такие системы позволяют специалистам службы логистики принимать правильные управленческие решения при выполнении разнообразных логистических операций. Необходимо разработать единую систему автоматизации информационных потоков наряду с изолированной информационной системы каждого подразделения компании.

При осуществлении транспортно-складских операций перед специалистами службы логистики стоит задача большей минимизации запасов продукции, хранящейся на складе. Стержневым принципом системы складского контроля компании должен являться принцип Just in time. Продукция должна заказываться строго под конкретного потребителя, и после подтверждения факта оплаты. Служба логистики должна организовать работу так чтобы продукция доставлялась с таможенного склада или от поставщика непосредственно на склад получателя. Тем самым, достигается сокращение затрат на погрузо-разгрузочные операции, складирование, хранение, транспортировку и устранение опасности появления неликвидов.

Таблица 1 – Вопросы организации службы логистики на предприятии [2]

Проблемы организации службы логистики	Мотивации сотрудников предприятия
Негативное отношение к службе логистики со стороны подразделений предприятия	Переход к логистике традиционных функций, выполняемых другими структурными подразделениями предприятия
Отсутствие рациональной организационной структуры службы логистики предприятия	Спорный характер функций различных направлений производственно – хозяйственной деятельности предприятия
Недостаточная функциональная и организационная гибкость службы логистики предприятия	Использование подразделениями предприятия просчетов и ошибок, допускаемых службой логистики
Отсутствие общей оптимальной организационной структуры предприятия и его подразделений	Неуверенность сотрудников подразделений предприятия в своем положении, особенно в ближайшей перспективе

Часть предприятий и организаций, предпринимающих попытки организовать службу логистики, сталкиваются с рядом внут-

рифирменных проблем, которые негативно сказываются не только на организационной структуре создаваемой службы и на производственно-хозяйственной деятельности в целом. Проблемы в организации службы логистики на предприятии представлены в таблица 1.

Проблемы, возникающие при организации службы логистики на предприятиях, имеют свои объективные причины. Отметим, что логистика является новым направлением экономической деятельности в целом, и в частности, на предприятиях и в организациях. При этом установление функций логистики осуществляется за счет перестроения целого ряда традиционных функций, сложившиеся исторически, регламентированы определенными положениями и выполняются определенными структурными подразделениями предприятия. Между некоторыми подразделениями предприятия и службой логистики возникают противоречия по поводу осуществления той или иной функции или права принятия решения по задачам. Отметим, что следующей проблемой в организации службы логистики на предприятии и в решении вопроса о передаче ей некоторых функций производственно-хозяйственной деятельности, осуществляемой другими подразделениями предприятия наблюдается четкая организация оптимальной структуры службы логистики, рационализация функций, процедур и операций, закрепленных за службой логистики на предприятии, регламентация взаимодействия звеньев микрологистической цепи.

Еще одна проблема организации службы логистики, возникающая на предприятиях, состоит в отсутствии единого оптимального варианта организационной структуры по группам предприятий и организаций. Данное обострено в деятельности каждого отдельного конкретного субъекта хозяйствования и каждого структурного подразделения, входящего в их состав. Имеющееся многообразие организационных форм и структур, имея в каждом отдельном случае определенные преимущества, порождает и ряд серьезных недостатков, оказывающих влияние не только на организационный процесс формирования логистической деятельности, но и на экономическую и производственно-хозяйственную деятельность предприятия или организации в целом.

Еще одна проблема в организации службы логистики на предприятии заключается в отсутствии в ряде случаев ее организационной и функциональной гибкости. В условиях постоянно изменяющейся экономической обстановки, усиливающейся конкуренции на рынке, изменений конъюнктуры рынка организационная структура службы логистики на предприятии должна быть предельно гибкой. С целью продуктивности службы логистики необходим ряд условий, обеспечивающих предпосылки успеха логистического на-

правления деятельности практически любого предприятия, которые складываются из следующих составляющих:

- точная формулировка функций каждого отдельного сотрудника службы логистики – перечень прав и обязанностей, исполняемых логистических операций, процедур и направлений взаимодействия с отделами, группами и сотрудниками службы логистики;

- наличие необходимой информации о количестве сотрудников службы логистики, которые необходимы в ближайшее или отдаленное будущее,

- прогнозирование будущих логистических операций, процедур, работ и функций, которые носят в основном инновационный характер, связанный с изменениями конъюнктуры рынка, мотивацией потенциальных потребителей, технических и физико-химических характеристик товаров производственного и потребительского назначения;

- информация о наборе знаний и навыков будущих сотрудников службы логистики, а также информация об объемах предполагаемых логистических операций, процедур и работ, возможном расширении предприятия и новых направлениях производственно-хозяйственной деятельности, количестве трудовых ресурсов и рынке рабочей силы, включая данные об учебных заведениях, которые готовят или будут готовить требуемых специалистов;

- необходимость подбора будущего менеджера на конкретную должность в организационной структуре, а не подбор должности для будущего сотрудника – речь в данном случае идет о формальных и неформальных производственных связях, когда неформальная связь может привести к негативным последствиям в трудовых отношениях конкретного отдела или группы службы логистики или даже предприятия в целом.

Отсутствие структур логистики на предприятиях Казахстана – скорее результат исторически сложившихся систем управления и неспособности представить службу логистики, чем выраженное нежелание. Организационная структура службы логистики и ее подразделений и отделов зависит от целого ряда факторов, к которым относятся следующие:

- направление производственно-хозяйственной деятельности предприятия или организации;

- размеры и мощность предприятия (занимаемая площадь, объем станочного парка);

- количество наименований, типов, марок, сортов и размеров материально-технических ресурсов, используемых на предприятии;

- структура материально-технических ресурсов, потребляемых предприятием, по направлениям производственно-хозяйственной деятельности;

- количество поставщиков материально-технических ресурсов и их расположение;

- назначение и количество складов на предприятии, предназначенных для хранения материально-технических ресурсов;

- наличие в собственности предприятия магистральных и внутризаводских транспортных средств, их количество по видам и типам; количество потребителей промежуточной или конечной готовой продукции, выпускаемой предприятием.

Таким образом, отметим что в зависимости от перечисленных факторов внешней и внутренней среды устанавливается соответствующая организационная структура службы логистики на каждом отдельном промышленном предприятии или в торговом-посреднической организации. В организации службы логистики на предприятиях существует так называемая классическая трехуровневая структура службы логистики. Основными функциями первого уровня – общего управления и планирования являются:

- проверка всей организации логистики на предприятии и осуществление корректировки разработанных ранее планов по различным направлениям логистической деятельности;

- разработка стратегии организации – долгосрочного плана развития службы логистики в соответствии с возможной диверсификацией предприятия – процесса создания принципиально новых направлений производственно-хозяйственной деятельности предприятия в нестабильной и гетерогенной внешней среде (сегментированный и пресыщенный рынок);

- оценка деятельности отдельных подсистем логистики и системы в целом; координация тактической деятельности отделов (групп) службы логистики в отношении стратегических целей предприятия;

- осуществление при необходимости изменений в процедурах и операциях, выполняемых службой логистики; установление норм затрат на выполняемые логистические процедуры и операции, а также стандарты сервисного обслуживания.

Исходной информацией этого уровня управления являются показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия в широком масштабе, общие проблемы подсистем логистики и внешние факторы, влияющие на систему в целом. Например, возрастание или снижение конкуренции на рынке, а также другие изменяющиеся условия рынка. Поступающая информация используется для исследования, анализа, оценки деятельности службы логи-

стики и принятия различного рода решений, касающихся корректировки действий в отдельных подсистемах и системы в целом.

Функции второго уровня – программного управления включают в свой состав практически все функции подсистем логистики: получение и обработка заказов; организация закупок материально-технических ресурсов; организация транспортного хозяйства, организация складской и сбытовой деятельности. Кроме того, в функции данного уровня управления входит:

- реализация политики и стратегии ведения производственно-хозяйственной деятельности предприятия на уровне подсистем логистики имеющимися средствами;
- координация всех подсистем логистики для достижения поставленных целей на предприятии;
- устранение возможных несоответствий между различными компонентами как внутри подсистем, так и между ними;
- регулярное подведение итогов производственно-хозяйственной деятельности и отчет перед руководством о деятельности отделов службы логистики.

Данный уровень управления состоит из руководителей-менеджеров, но направлениям логистической деятельности (материально-техническое снабжение, складское и транспортное хозяйство, распределение материальных ресурсов по производственным подразделениям предприятия, сбытовая деятельность). Кроме того, данный уровень управления имеет в наличии персонал, обеспечивающий логистическую деятельность – инженеров, контролеров и аналитиков, планирующих логистическую деятельность, проверяющих изменения в системе, разрабатывающих направления по восстановлению планируемого процесса, а также решающих вопросы сервиса, окупаемости логистических затрат, локальной и общей тактики поведения на рынке, эффективной реализации общей стратегии предприятия.

В функции третьего уровня – оперативное управление (оперативные компоненты), представляющее собой простые составляющие деятельности отдельных подсистем. В оперативное управление входит:

- управление операциями и процедурами движения материально-техническими ресурсами;
- работа с поставками продукции, по которым нарушается график ее движения; подготовка и предоставление на уровень программного управления информации о зафиксированных нарушениях деятельности в подсистемах;
- оперативное управление подсистемами в режиме времени и затрат, установленных управлением программного уровня; отчет перед уровнем программного управления о результатах деятель-

ности подсистем в соответствии с запланированным временем и затратами [2].

Управление на данном уровне является в принципе «рутинным» процессом и включает в себя функциональные обязанности сотрудников отделов службы логистики, а также специальные функциональные контрольные операции и административную деятельность, что не требует особой ответственности. Особое место в трехуровневой структуре организации службы логистики на предприятии организационно построенной на отличающихся от трехуровневой структуры принципах, занимают информационные потоки. При этом иерархия движения информационных потоков в логистической деятельности имеет три самостоятельных уровня.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зубин С. И. Логистика. Учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, – 2010. – С. 56.
2. Миронов М.Г. Теория организации. М., «Юрайт», – 2005.
3. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок. Никифоров В. – М.: – 2010. – С. 359.

А.А. Мельдеханова, магистрант, 6M090900 – «Логистика»
А.Т. Ускеленова, экономика ғылымдарының докторы, профессор
Алматы Менеджмент Университеті, Алматы қ.

Кәсіпорында логистикалық үдерістер мен түгендеуді ұйымдастыру

Түйіндеме. Мақалада компаниядағы логистиканы ұйымдастыруды басқару сұрақтары қарастырылады. Логистикалық қызметтің басты міндетті өндірістік жағдайларда пайда болатын мәселелерді шешу, компаниядағы басқа да қызметтермен байланыстарын үлестіру мен талдау болып табылады.

Түйін сөздер. Логистика, логистикалық қызмет, транспорттық-қоймалық операциялар, логистиканың ішкі мәселелері, логистика қағидалары.

A.A. Meldehanova, magistracy, 2 courses, spets.6M090900 – «Logistics»
A.T. Uskelenova, doktor of economic sciences, Professor,
Almaty Management University, Almaty s.

Organisation of logistics processes and inventory in the enterprise

Abstract. This article describes the organization of the logistics management of the company. The main objective is service logistics resolve problems and conflicts, analysis and redistribution of other service companies.

Keywords. Logistics, service logistics, transport and warehousing operations, in-house logistics problems, principles of logistics.

Н.С. Нуркашева, кандидат экономических наук
Казахский национальный исследовательский технический
университет имени К.И. Сатпаева
г. Алматы

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЛИНГА СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Аннотация. В этой научной статье рассмотрены теоретические аспекты организации бюджетирования в строительном производстве и пути их совершенствование.

Ключевые слова: бюджетирование, бюджетный процесс, логистические затраты, контроллинг, эффективность.

Бюджетирование – это система планирования, отчетности и контроля на основе системы бюджетов. Оно является инструментом бюджетного управления.

Планирование бизнеса необходимо для того, чтобы четко представлять, где, когда, что и для кого строительная компания будет производить, продавать или оказывать услуги, какие ресурсы и в каком объеме для этого понадобятся. А бюджетирование является максимально точным выражением всех планируемых показателей и ресурсов в финансовых терминах. Поэтому одна из главных функций бюджетирования заключается в планировании финансового состояния.

Бюджетирование позволяет повысить эффективность распределения и использования ресурсов, создает объективную основу для оценки результатов деятельности организации и ее подразделений.

Бюджетное управление как любой управленческий процесс представляет собой замкнутый контур.

Важным признаком эффективной системы является распространение бюджетного управления на все уровни организационной структуры, вовлечение в процесс бюджетирования каждого сотрудника, отвечающего за ту или иную «строку» бюджета.

Бюджетное управление позволяет повысить финансово-экономическую эффективность организации, обеспечить ее финансовую устойчивость и усилить позиции на рынке. Таким образом, бюджетирование – это и процесс составления финансовых планов и смет, и технология, предназначенная для выработки управленческих решений и повышения их финансовой обоснованности.

Цель бюджетирования как управленческой технологии зависит от целей, которые ставят руководители строительных организаций. При этом необходимо выбрать виды бюджетов, технологию их составления, консолидации и утверждения, бюджетные форматы, целевые показатели, нормативы и организационные процедуры бюджетирования.

Бюджетный процесс – это регламентируемая законодательством и внутренними нормами организации деятельность органов ее управления, подразделений и участников процесса по составлению и рассмотрению проектов бюджетов, а также контроль за их выполнением.

Процесс бюджетирования складывается из следующих этапов:

- определение финансовой структуры организации и выделение центров финансовой ответственности;
- выбор видов бюджетов и разработка их форматов;
- определение технологии бюджетирования и организации процесса;
- разработка бюджетного регламента.

Бюджет строительной организации – это совокупность трех основных бюджетов компании плюс набор операционных и вспомогательных бюджетов, необходимых для их составления. Если основной бюджет составляется в целом для строительной организации, то расчет доходов и расходов ведется для всей продукции и услуг, всех видов бизнеса без выделения бюджетной (финансовой и инвестиционной) составляющей каждого из них. Он может быть составлен для отдельного структурного подразделения, бизнеса, контракта, группы продуктов. Основные бюджеты дают руководителям всю необходимую информацию для оценки финансового положения организации и контроля за его изменением, оценки финансовой состоятельности бизнеса и инвестиционной привлекательности проекта.

К операционным бюджетам организации отнесены бюджеты продаж, логистических затрат, производства (строительно-монтажных работ), потребностей в строительных материалах, прямых затрат на оплату труда, общепроизводственных расходов, цеховой себестоимости, коммерческих расходов, капитальных вложений.

Бюджетные логистические затраты можно определить как совокупность планируемых расходов на логистические процессы с их декомпозицией по видам, местам и периодам возникновения. Следовательно, бюджет представляет собой своеобразный лимит расходов, который:

- уточняет видовую структуру отраженных в нем логистических затрат;

- определяет места возникновения этих затрат, т.е. те организационные ячейки предприятия, которые реализуют логистические процессы;

- уточняет период, на который устанавливаются лимиты затрат.

Поэтому к процессу бюджетирования могут быть подключены уже существующие функциональные службы: планово-экономический отдел, отдел маркетинга и экономического анализа, финансовый отдел и бухгалтерия. При этом каждая из этих служб имеет свои преимущества по составлению отдельных видов основных и операционных бюджетов, составлению сводных бюджетов, осуществлению координации и управления бюджетным процессом.

Организация внутрифирменного бюджетирования невозможна без разработки графика документооборота. Назначение последнего состоит во взаимоувязке всех процедур и регламентов бюджетирования, усилий отдельных структурных подразделений организации на различных уровнях управления. Именно графики и процедуры составления, согласования, консолидации и утверждения бюджетов, отчетов об их исполнении, анализа и корректировок, а также соответствующий им документооборот являются неотъемлемой частью управленческой технологии.

Для уменьшения субъективизма в бюджетном управлении строительной организации разрабатывается бюджетный регламент – порядок составления, представления, согласования, консолидации, обработки, анализа и оценки исполнения бюджетов различных видов и уровней. Его составными элементами являются:

- принятые в строительной организации бюджетный период и минимальный бюджетный период;

- сроки или график и порядок разработки, согласования, представления, консолидации и утверждения бюджетов различных уровней;

- бюджетный цикл – период, по истечении которого составляются отчеты об исполнении ранее разработанных и утвержденных бюджетов, проводится анализ и осуществляется корректировка бюджетов на оставшуюся часть бюджетного периода. Такая система включает периодический мониторинг текущей деятельности, сроки и порядок составления отчетов об исполнении бюджетов структурными подразделениями, центрами финансовой ответственности и др.

Важно определить уровни составления сводных бюджетов, соответствующие уровням управленческой деятельности: бюджеты структурных подразделений (дочерних компаний) и центров финан-

совой ответственности. При составлении бюджетов экономические показатели определяют для каждого вида экономической деятельности, каждой группы строительной продукции и каждого структурного подразделения. Только так можно оценить эффективность и прибыльность отдельных видов строительной деятельности.

Итак, бюджетирование помогает установить лимиты затрат ресурсов и нормативы рентабельности или эффективности по отдельным видам товаров и услуг, видам бизнеса и структурным подразделениям строительной организаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецова М. Логистические затраты: теоретический и практический аспекты /М. Кузнецова // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 2. – С. 61–66.
2. Асаул А.Н. Управление затратами в строительстве. – СПб: ИПЭВ. –2009. – 392 с.
3. Тайгашинова К.Т.Управленческий учет: Учебное пособие.- Экономика. – 2008. – 320 с.

Н.С. Нуркашева, экономика ғылымдарының кандидаты
Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық техникалық зерттеу университеті
Алматы қ.

Бюджеттеу құрылыс өндірісін жедел бақылау құралы ретінде

Түйіндеме. Бұл ғылыми мақалада құрылыс саласындағы бюджеттеу ұйымдастырудың теориялық аспектілері және оларды жетілдіру жолдары қарастырылған.

Түйін сөздер: бюджеттеу, бюджеттік үрдіс, логистикалық шығындар, контроллинг, тиімділік.

N.S. Nurkazshova, Candidate of Economic Sciences
Satpayev Kazakh National Research Technical University
Almaty s.

Budgeting as a tool for controlling the operational building production

Abstract. In this scientific article the theoretical aspects of the organization of budgeting in the construction industry and ways of improving them.

Keywords: budgeting, budgeting, logistics costs, controlling efficiency.

М.Ж. Арзаева, Д.А. Садыханова, А.С.Асилова
эл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

САЛТ – ДӘСТҮРГЕ БАЙ БІЛІМ ОРДА СЫ

эл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті QS (Ұлыбритания) халықаралық рейтингтік агенттігінің 2015 жылғы қорытындысы бойынша әлемнің 800 университетінің ішінде 275 орынды иеленіп, үздік 300 университет санатына кірді. Сонымен бірге 2016 жылдың басында Webometrics рейтингінде эл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті Қазақстан бойынша 1-орынды иеленді (әлем бойынша 2001 орын).



эл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті құрамында жұмыс жасайтын оннан астам факультеттер санатында Экономика және бизнес Жоғары мектебі де бар. Экономика және бизнес жоғары мектебінде 3000-нан аса студенттер білім алады, оның ішінде 2800-і күндізгі бөлімде оқиды. Сонымен қатар, экономика және бизнес жоғары мектебі қысқартылған оқу нысаны бойынша жоғары білім және орта кәсіптік білім негізінде мамандар даярлайды.

Экономика және бизнес Жоғары мектебінің құрылымында қызмет жасайтын «Қаржы» кафедрасы үздік классикалық дәстүр негізінде қазіргі заманға сай әдістермен білім береді. Қаржы кафедрасы жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі бағыттар бойынша мынадай мамандар даярлайды:

Бакалавриат:

а) Жалпы орта білім негізінде:

5B050900 – Қаржы;

б) орта кәсіби білім негізінде:

5B050900 – Қаржы;

Қашықтан оқыту бөлімі

а) орта кәсіби білім негізінде:

5B050900 – Қаржы

б) жоғарғы кәсіби білім негізінде:

5B050900 – Қаржы.

Магистратура:

6M050900 – Қаржы;

Ғылыми-педагогикалық магистратура бойынша оқу мерзімі – 2 жыл, профильді бағыт бойынша – 1 жыл.

Докторантура:

6D050900 – Қаржы

PhD докторанттарды дайындау отандық білікті мамандар мен шетелдік оқытушылардың жетекшілігімен жүзеге асырылады. Оқу мерзімі – 3 жыл.

Барынша қабілетті, ғылым саласына және педагогикалық қызметке бейімі бар студенттер магистратураға, одан кейін (PhD) докторантураға тусуге мүмкіндік алады.

Экономика және бизнес жоғары мектебі ғылыми-инновациялық қызметті жетілдіру мақсатында шет мемлекеттердің алдыңғы қатарлы ғылыми-зерттеу мекемелерімен: Канзас университетімен, Римнің «La Sapienza» университетімен, Kennesaw университетімен Дуйсбург-Ессен университетімен, Йокогама Ұлттық университетімен, Васеда университетімен, Милан политехникалық университетімен, Косалини (Польша) техникалық университетімен, Go Group (Ұлыбритания), Ғылым Академиясы университетімен, Ресейдің сырттай Қаржы-экономикалық университетімен, М. Ломоносов атындағы Мәскеу мемлекеттік университетімен, С. Демирел атындағы университетпен тығыз байланыс орнатқан.

Кафедра жанынжа Қаржы нарығына инвесторлар мен трейдерлер дайындауға маманданған **Биржалық трейдинг оқу орталығы** әл Фараби атындағы ҚазҰУ зерттеу университетіне трансформациялау стратегиясына сәйкес құрылды. Орталықтың мақсаты – студенттерді, магистранттарды және биржалық сауданың негізін үйренгісі келетіндердің барлығын оқытуға бағытталған, сондай-ақ оларда тиімді электрондық трейдингінің дағдысын дамытуға бағытталған тұрақты қызмет ететін оқу-тренингтік орталықты дамыту.

Сонымен бірге жұмыс берушілермен тығыз байланыста және өндірістік тәжірибеден келесідей базада өтуін қамтамасыз етеді, атап айтқанда: ҚР Ұлттық Банк, мемлекеттік кірістер Департаменті, «Казмұнайгаз» АҚ, КазТрансОйл, Қазақстан Халық банкі, Казкоммерцбанк және т.б. қаржы-несие мекемелері.

Университетте оқу кезеңінде студенттерге әскери дайындықтан өтуге, ағылшын тілді топта білім алуға, қос диплом

бағдарламасы бойынша шетелдік әріптес-университеттерде оқуға жағдай жасалған.

Талапкер! Сіз әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінде білім алсаңыз, Үлкен өмірге жол ашуға қажетті барлық кәсіби дағдыларға ие боласыз, мансаптарыңыздың тұрақты өсуін қамтамасыз етесіз! Бұған сенімді болыңыз! Бұл – Қазақстанның жоғарғы элитасының негізін қалыптастыратын әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің барлық түлектерінің жетістігінің формуласы!

А.М. Нургазина, кандидат экономических наук

А.С. Асилова, кандидат экономических наук

Высшая школа экономики и бизнеса

Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби

**Летняя школа «Биржевой трейдинг» Казахского
Национального Университета имени аль-Фараби**

**Летняя школа «Биржевой трейдинг» Казахского
Национального Университета имени аль-Фараби**

Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби (КазНУ) – Высшая школа экономики и бизнеса объявляет о работе летней школы «Биржевой трейдинг» (школа) с 01 июня по 30 августа 2016 года, организуемой кафедрой «Финансы» университета.

Концепция Школы предусматривает углубленное изучение инновационной деятельности в области финансов и образовательной сфере, формирование и развитие знаний посредством современных научных исследований и разработок.

В рамках обучения в Школе будет запущен профессиональный курс в области рынка ценных бумаг и биржевого дела (курс), методика преподавания которого соответствует высшим стандартам профессионального обучения и последним тенденциям в области биржевой торговли. Программа Курса направлена на получение практических навыков работы на рынке ценных бумаги; Курс также содержит теоретический модуль. В ходе обучения слушатели получают возможность изучить деятельность различных финансовых организаций, посетив биржи, брокерские организации, музей центрального банка и другие.

Курс предназначен для:

- студентов и выпускников учебных заведений;
- работников образования;

- слушателей профессиональных курсов в области финансов;
- специалистов финансовой сферы;
- руководителей и сотрудников бизнес сферы;
- сотрудников бюджетных организаций и других заинтересованных лиц.

Продолжительность одного Курса составляет две недели. По итогам прохождения обучения выдается сертификат.

С нетерпением ждем всех желающих в летней школе «Биржевой трейдинг» КазНУ по адресу:

050040, Республика Казахстан, Алматы, пр. аль-Фараби, 71
КазНУ, Высшая школа экономики и бизнеса, 3 этаж, 340 кабинет

Тел. +7 (727) 3773337, вн. 1252

Email: finance.kaznu@mail.ru

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университетінің биржа ісіндегі мамандандырылған «Биржалық трейдинг» жазғы оқыту курсы

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті – Экономика және Бизнес Жоғары мектебі 01 маусымнан 30 тамыз аралығында «Қаржы» кафедрасының ұйымдастыруымен «Биржалық трейдинг» жазғы оқыту курсы хабарлайды.

Оқыту курсы қаржы саласы мен білім саласындағы инновациялық қызметті тереңдете қарастырып, қазіргі ғылымизерттеу және дамыту арқылы білім деңгейін жоғарлатуды қамтамасыз етеді.

Оқыту барысында биржа ісі және бағалы қағаздар нарығында жоғары стандартталған мамандандырылған оқыту және биржа саудасы саласындағы үрдістерді оқытатын курстар ашылады. Оқыту әдістемесі жоғарғы мамандандырылған стандарттарға сәйкес келеді. Курс бағдарламасы бағалы қағаздар нарығында практикалық дағдыларды алуға бағытталған. Сондай-ақ курс теоретикалық модульді қамтиды. Оқу барысында студенттер әр түрлі қаржы ұымдарының, сапары биржаларының, брокерлік-дилерлік компаниялардың, орталық банктің мұражай және басқалар қызметін оқуға мүмкіндігі бар. Курс

- оқу орындарының студенттері мен түлектеріне;
- білім беру қызметкерлеріне;
- қаржы саласындағы мамандандырылған курстардың тындаушыларына;
- қаржы саласының мамандарына;
- саласындағы жетекшілер мен қызметкерлерге;
- қаржы ұйымдарының қызметкерлері және басқа да мүдделі тараптарға арналған.

Курстың ұзақтығы екі аптаны құрайды. Оқыту курсы соңында сертификаттар беріледі.

Сіздерді «Биржалық трейдинг» жазғы оқыту курсына келесі мекен-жай бойынша күтеміз:

050040, Қазақстан Республикасы, Алматы қ., әл Фараби проспектісі, 71

КазҰУ, Экономика және Бизнес Жоғары Мектебі , 3 этаж,
340 кабинет

Тел. +7 (727) 3773337, ішкі номер 1252

email: finance.kaznu@mail.ru

Информация о членах редакционного совета

Узан Искаков (Казахстан) – заслуженный деятель РК, член Евразийской ассоциации оценки качества образования, доктор экономических наук, профессор

Сатмурзаев Асан (Казахстан) – доктор экономических наук, профессор

Жанар Аубакирова (Казахстан) – доктор экономических наук, профессор

Валентина Бондаренко (Россия) – к.э.н., ведущий научный сотрудник Института экономики РАН, академик РАЕН и МАЕБ, директор Международного фонда Н.Д. Кондратьева

Петя Колева (Франция) – доктор PhD

Айгуль Садвакасова (Казахстан) – доктор экономических наук, профессор, президент Высшей школы бизнеса «ЕврАзия»

Ерканат Темирханов (Казахстан) – доктор экономических наук, профессор

Жангельды Шимшиков (Казахстан) – кандидат экономических наук, профессор, директор Центра социально-экономических исследований – филиала РГКП «Институт Экономики» КН МОН РК

Раушан Азбергенова (Казахстан) – кандидат экономических наук, доцент

Салима Барышева (Казахстан) – кандидат экономических наук, доцент

Требования к содержанию и оформлению статей

Предлагаемые к публикации статьи должны отражать научную новизну, практическую ценность исследуемой проблемы, содержать глубокий экономический анализ, заканчиваться аргументированными выводами, предложениями авторов. Необходимо соблюдать единообразие терминов, обозначений, условных сокращений и символов, избегать повторений.

Статьи принимаются на казахском, русском и английском языках в электронном виде. Электронный формат: Word, MS, Excel, шрифт Times New Roman, кегль 12, интервал 1. Статья не должна превышать 10-12 страниц текста. Статья должна содержать аннотации на русском, казахском и английском языках (не более 10 строк), включая перевод фамилии автора, его степени и должности, а также заголовка статьи. Также нужно указать ключевые слова или фразы (до 10 слов или фраз). Количество слов в ключевой фразе не должно быть больше трех. В начале статьи слева необходимо указать индекс УДК.

Литература приводится в порядке цитирования в конце статьи.

Ссылки на литературу указываются в квадратных скобках. Последовательность предоставления материала:

- индекс УДК;
- фамилии и инициалы автора (авторов) на русском, казахском и английском языках;
- название статьи на русском, казахском и английском языках;
- ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактные телефоны, адрес электронной почты на русском, казахском и английском языках;
- аннотация на русском, казахском и английском языках;
- ключевые слова;
- текст статьи (графики, таблицы и т.д.);
- список литературы.

Статьи не должны быть перегружены рисунками и графиками. Поступившие статьи обязательно рассматриваются редакционным советом журнала и при несоответствии требованиям к содержанию и оформлению к публикации не принимаются. Редакция оставляет за собой право сокращать статьи и вносить поправки. Публикация осуществляется на платной основе.