

Central Asian Economic Review

Журнал Қазақстан Республикасының
Ақпарат және коммуникация
министрлігінде тіркелген

ISSN 2224 – 5561



№1 (124) 2019
1996 жылдан бастап
шыға бастады

Негізін қалаушы
«Нархоз Университеті» АҚ

«Нархоз Университеті» АҚ Central Asian Economic Review ғылыми-редакциялық кеңесі

Бас редактор
С.А. Святлов – *э.ғ.д., профессор, Директорлар кеңесінің төрағасы, «Нархоз Университеті» АҚ*

Редактордың орынбасары
С.С. Арыстанбаева – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

Халықаралық кеңес

Ласло Ланг – *Халықаралық бизнес мектебі, PhD (Будапешт, Венгрия)*

А.В. Сидорович – *Еуразиялық университеттер қауымдастығының атқарушы комитетінің төрағасы, э.ғ.д., профессор (Ресей Федерациясы)*

А.И. Татаркин – *Экономика институтының Урал бөлімшесінің директоры, РFA академигі (Ресей Федерациясы)*

Б. Леонтьев – *Зияткерлік меншікті және бизнесті сертификаттау және бағалау федеральды институты, сертификатталған бағалаушы, э.ғ.д., профессор (Ресей Федерациясы)*

Милен Балтов – *Бургас еркін университеті ректорының ғылыми-зерттеу және халықаралық әріптестік жөніндегі орынбасары, профессор (Болгария)*

Pierre M. Chabal – *профессор, Гавра университеті (Франция)*

Dr. Manuel Fernandez-Grela – *профессор, Сантьяго-де-Компостела университеті (Испания)*

Редакциялық алқа

Қ.Қ. Нұрғалиева – *э.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ*

А.М. Сейітқазиева – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

Ш.А. Смағұлова – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

Ұ.А. Текенов – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

С.Ж. Ынтықбаева – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

Г.А. Таспеннова – *э.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ*

Е.А. Абенова – *п.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ*

М.Ж. Жарылқасынова – *э.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ*

Л.М. Байтенова – *э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ*

М.М. Рысқұлова	–	<i>э.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Р. Елшібаев	–	<i>э.ғ.к., доцент, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Ш.М. Қаңтарбаева	–	<i>э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
К. Молдашев	–	<i>профессор-зерттеуші, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Е. Өскенбаев	–	<i>профессор-зерттеуші, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Д. Ким	–	<i>профессор-зерттеуші, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Н. Үсенбаев	–	<i>профессор-зерттеуші, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
А.С. Сейдахметов	–	<i>э.ғ.д., профессор, «Нархоз Университеті» АҚ</i>
Г.Ж. Таяуова	–	<i>э.ғ.к., профессор, «Тұран» Университеті</i>
А.Ж. Сәрсембаева	–	<i>жауапты редактор, «Экономика» баспасы» ЖШС-ның Бас директоры</i>
М.А. Жолаева	–	<i>PhD доктор, Л.Н.Гумилева атындағы ЕҰУ</i>

Central Asian Economic Review

Журнал зарегистрирован в
Министерстве информации и
коммуникаций Республики Казахстан
ISSN 2224 – 5561



№1 (124) 2019
Издается с 1996 года
Учредитель
АО «Университет Нархоз»

Редакционный совет Central Asian Economic Review АО «Университет Нархоз»

Главный редактор
С.А. Святков

д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»

Заместитель редактора
С.С. Арыстанбаева

д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»

Международный совет

Ласло Ланг	–	<i>PhD, Международная бизнес-школа (Венгрия, Будапешт)</i>
А.В. Сидорович	–	<i>д.э.н., профессор, председатель исполкома Евразийской ассоциации университетов (Российская Федерация)</i>
А.И. Татаркин	–	<i>академик РАН, директор Института экономики Уральского отделения (Российская Федерация)</i>
Б. Леонтьев	–	<i>д.э.н., профессор, сертифицированный оценщик, Федеральный институт сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса (Российская Федерация)</i>
Милен Балтов	–	<i>профессор, заместитель ректора по научно-исследовательской деятельности и международному сотрудничеству, Бургасский Свободный университет (Болгария)</i>
Pierre M. Chabal	–	<i>профессор, Университет Гавра (Франция)</i>
Dr. Manuel Fernandez-Grela	–	<i>профессор, Университет Сантьяго-де-Компостела (Испания)</i>

Редакционная коллегия

К.К. Нургалиева	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
А.М. Сейткадиева	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
Ш.А. Смагулова	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
У.А. Текенов	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
С.Ж. Интыкбаева	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
Г.А. Таспенова	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
Е.А. Абенова	–	<i>к.п.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
М.Ж. Жарылкасинова	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>

Л.М. Байтенова	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
М.М. Рыскулова	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
Р. Елшібаев	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
Ш.М. Кантарбаева	–	<i>д.э.н. профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
К. Молдашев	–	<i>профессор-исследователь, АО «Университет Нархоз»</i>
Е. Оскенбаев	–	<i>профессор-исследователь, АО «Университет Нархоз»</i>
Д. Ким	–	<i>профессор исследователь, АО «Университет Нархоз»</i>
Н. Усенбаев	–	<i>профессор-исследователь, АО «Университет Нархоз»</i>
А.С. Сейдахметов	–	<i>д.э.н., профессор, АО «Университет Нархоз»</i>
А.К. Танкиева	–	<i>к.э.н., доцент, АО «Университет Нархоз»</i>
Л.А. Байбулекова	–	<i>к.э.н., АО «Университет Нархоз»</i>
Г.Ж. Таяуова	–	<i>к.э.н., профессор, Университет «Туран»</i>
А.Ж. Сарсембаева	–	<i>ответственный редактор, ген. директор ТОО «Издательство «Экономика»</i>
М.А. Жолаева	–	<i>PhD доктор, ЕНУ им. Л.Н.Гумилева</i>

Central Asian Economic Review

This Journal is Registered in the Ministry
of Information and Communication of
The Republic
of Kazakhstan

ISSN 2224 – 5561



Volume 1 No. 124, 2019

*The journal has been published
since 1996*

The Founder
JSC «Narxoz University»

Editorial Board Central Asian Economic Review JSC «Narxoz University»

Chief Editor

S.A. Svyatov – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

Deputy Editor

S.S. Arystanbayeva – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

International Board

Laszlo Lang – *PhD, International Business School (Hungary, Budapest)*

A.V. Sidorovich – *Doctor of Economic Sciences, Professor, Chairman of the Board of the Eurasian Association
of Universities (Russian Federation)*

A.I. Tatarkin – *Academician of Russian Academy of Science, Director of Economic Institute of Ural Branch
(Russian Federation)*

B. Leontiev – *Doctor of Economic Sciences, Professor, Certified Appraiser, Federal Institute of Certification
and Appraisal of Intellectual Property and Business (Russian Federation)*

Milen Baltov – *Professor, Vice-Rector of Research and International Cooperation, Burgas Free University
(Bulgaria)*

Pierre M. Chabal – *Professor of political sciences / I.R., Le Havre University (France)*

Dr. Manuel Fernandez-Grela – *Professor, University of Santiago de Compostela (Spain)*

Editorial Board

K.K. Nurgaliyeva – *Candidate of Economic Sciences, JSC «Narxoz University»*

A.M. Seitkazyieva – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

Sh.A. Smagulova – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

U. A. Tekenov – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

S. Zh. Intykbaeva – *Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»*

G. A. Taspenova – *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, JSC «Narxoz University»*

E. A. Abenova – *Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, JSC «Narxoz University»*

M.Zh. Zharylkasinova – *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, JSC «Narxoz University»*

L. M. Baitenova	–	<i>Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»</i>
M. M. Ryskulova	–	<i>Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, JSC «Narxoz University»</i>
R. Elshibayev	–	<i>Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, JSC «Narxoz University»</i>
Sh. M. Kantarbayeva	–	<i>Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»</i>
K. Moldashev	–	<i>Professor Researcher, JSC «Narxoz University»</i>
E. Oskembayev	–	<i>Professor Researcher, JSC «Narxoz University»</i>
D. Kim	–	<i>Professor Researcher, JSC «Narxoz University»</i>
N. Usenbayev	–	<i>Professor Researcher, JSC «Narxoz University»</i>
A.S. Seidakhmetov	–	<i>Doctor of Economic Sciences, Professor, JSC «Narxoz University»</i>
G. Tayauova	–	<i>PhD, Professor, Turan University</i>
A. Zh. Sarsenbayeva	–	<i>Executive editor, Director of “Economics” Publishing house</i>
M.A. Zholayeva	–	<i>PhD doctor, L.N. Gumilyov ENU</i>

МАЗМУНЫ
СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСНАМА
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ, В ЧАСТНОСТИ ABC-МЕТОДА В РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ	9
ЕМБЕРГЕНОВ Р.А.	
КӘСПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІН БАҒАЛАУ ӘДІСТЕМЕСІ	16
РАХМЕТУЛИНА Ж.Б., АБЫЛАЙХАНОВА Т.А.	

БИЗНЕС ЖӘНЕ КОРПОРАЦИЯЛЫҚ БАСҚАРУ
БИЗНЕС И КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

INTERNAL CONTROL: NON-LINEAR VIEW	26
ZHOLAYEVA M.A.	
IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS TO THE INCOME OF COMPANIES	34
SAPARALIYEV D.T., SPANKULOVA L.S., JOSHIBAYEV S.	
АНАЛИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ФОРМАТОВ ДЛЯ ПРОЕКТА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ В КАЗАХСТАНЕ	42
БЕКМУРЗАЕВ Б.Б., СПАНОВ М. У.	
ЦИФРОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КАЗАХСТАНЕ: ПОДХОДЫ К ОНЛАЙН-ПОКУПКАМ И ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	55
АБДУНУРОВА А.А.	

ҒАЛАМДАНДЫРУ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАН
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И КАЗАХСТАН

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ	65
СМАГУЛОВА Ш.А., ЕРМУХАНБЕТОВА А.Е.	
SOLAR ENERGY DEVELOPMENT AND MARKET EXPANSION IN SOUTH-EAST ASIA: THE CASE OF MYANMAR AND VIETNAM	77
I.V. ONYUSHEVA, G. YAW MYAW	
CURRENT STATE OF FOOD SECURITY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	84
BULKHAIROVA ZH.S., AIDYNOV Z.P., NURKASHEVA N.S.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС)	93
ФИЛИН С. А., ЖУСИПОВА Э. Е., АЙТЫМБЕТОВА А.Н., ИСАЕВА Г.К.	
КОНЦЕССИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	104
ТЕКЕНОВ У.А.	
ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОГНОЗНЫХ ПАРАМЕТРОВ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ АПК	114
ЖУСУПОВА А.К., УТИБАЕВА Г. Б., ЖУНУСОВА Р.М., УТИБАЕВ Б.С.	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕССИОННЫХ СОГЛАШЕНИЙ В КАЗАХСТАНЕ	124
МУСАБЕКОВА К.С.	

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА
ИННОВАЦИАЛЫҚ ЭКОНОМИКА

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К НАУЧНОМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	134
Д.М.ТУРЕКУЛОВА, Л.К.МУХАМБЕТОВА, Г.Б. БЕРМУХАМЕДОВА	
СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ И ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ	144
ТИТКОВ А.А., НУРГАЛИЕВА А.А., КАРИМБЕРГЕНОВА М.К., КУНЯЗОВА С.К.	
ВРЕМЕННЫЕ РЯДЫ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ ОБЪЕМОВ ИНВЕСТИЦИЙ В СИСТЕМУ МЕЛИОРАЦИИ КАЗАХСТАНА	157
БУРГУМБАЕВА С.К., ИСКАКОВА А.С., ДЖУМАБАЕВА Д.Г., БАКИРБЕКОВА А.М.	

CONTENT

THEORY AND METHODOLOGY

METHODOLOGICAL AND THEORETICAL ASPECTS OF USING THE COST ACCOUNTING SYSTEM, IN PARTICULAR THE ABC-METHOD IN THE RESTAURANT INDUSTRY	9
R. YEMBERGENOV	
METHODOLOGY FOR ASSESSING INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE	16
ZH. RAKHMETULLINA, T.ABYLAIKHANOVA	

BUSINESS AND CORPORATE MANAGEMENT

INTERNAL CONTROL: NON-LINEAR VIEW	26
M.A. ZHOLAYEVA	
IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS TO THE INCOME OF COMPANIES	34
D.T. SAPARALIYEV, L.S. SPANKULOVA, S. JOSHIBAYEV	
ANALYSIS OF THE MOST EFFECTIVE FORMATS FOR AN INTERNET MARKETING PROJECT IN KAZAKHSTAN	42
BERIK BEKMURZAYEV, MAGBAT SPANOV	
DIGITAL BEHAVIOR OF CONSUMERS IN KAZAKHSTAN: APPROACHES TO ONLINE PURCHASE AND THE RELATION TO ADVERTISING IN SOCIAL NETWORKS	55
A. ABDUNUROVA	

GLOBALIZATION AND KAZAKHSTAN

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF E-GOVERNMENT ACTIVITIES IN KAZAKHSTAN	65
SH. SMAGULOVA, A. YERMUKHANBETOVA	
SOLAR ENERGY DEVELOPMENT AND MARKET EXPANSION IN SOUTH-EAST ASIA: THE CASE OF MYANMAR AND VIETNAM	77
I.V. ONYUSHEVA, G. YAW MYAW	
CURRENT STATE OF FOOD SECURITY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	84
ZH.S. BULKHAIROVA, Z.P. AIDYNOV, N.S. NURKASHEVA	
STRATEGIC TECHNOLOGICAL PLATFORMS OF THE EUROASIAN UNION (EEU)	
S. AL. FILIN, E.E. ZHUSSIPOVA, A.N. AITYMBETOVA, G.K. ISSAYEVA	
CONCESSION AGREEMENTS IN THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP SYSTEM	93
TEKENOV U.A.	
INTERRELATION OF THE FORECAST PARAMETERS OF THE REPUBLIC BUDGET WITH THE STATE PROGRAM INDICATORS DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL COMPLEX	114
A. ZHUSSUPOVA, G.UTIBAYEVA, R. ZHUNUSSOVA, B. UTIBAYEV	
ORGANIZATIONAL, LEGAL AND PRACTICAL ASPECTS OF REALIZATION OF CONCESSION AGREEMENTS IN KAZAKHSTAN	124
MUSABEKOVA K.S.	

INNOVATIVE ECONOMY

THE MAIN APPROACHES TO THE SCIENTIFIC DEFINITION OF INVESTMENT AND INVESTMENT ACTIVITIES	134
D.M.TUREKULOVA, L.K.MUKHAMBETOVA, G.B.BERMUKHAMEDOVA	
MODERN SCIENTIFIC APPROACHES TO UNDERSTANDING THE ESSENCE AND CONCEPTS OF MARKETING INNOVATIONS	144
A.A. TITKOV, A.A. NURGALIEVA, M.K. KARIMBERGENOVA, S.K. KUNYAZOVA	
TIME SERIES IN FORECASTING THE VOLUMES OF INVESTMENTS	157
S. K. BURGUMBAYEVA, A. S. ISKAKOVA, D. G. DZHUMABAEV, A. M. BATYRBKOVA	

МРПТИ 06.81.45

УДК 338.5.01

**METHODOLOGICAL AND THEORETICAL ASPECTS OF USING THE COST ACCOUNTING
SYSTEM, IN PARTICULAR THE ABC-METHOD IN THE RESTAURANT INDUSTRY**

R.A.Yembergenov

PhD Student Narxoz University,
Almaty, Republic of Kazakhstan

ANNOTATION

In recent years in the manufacturing sector, traditional cost accounting systems have been replaced by cost accounting system on activity based costing. Despite this trend, in the production of cost based accounting system (ABC method), the service sector has few penetrated, especially the restaurant industry. The using of ABC-method of the restaurant industry is virtually absent for several reasons. However, restaurants may be the ideal place to use the ABC method tools due to the inherent characteristics of the industry.

Keywords: Costing based on ABC-method, restaurant industry, cost accounting, cost allocation, pricing.

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ
УЧЕТА ЗАТРАТ, В ЧАСТНОСТИ АВС-МЕТОДА В РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ**

Р.А. Ембергенов

докторант PhD Университета Нархоз,
г. Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

В последние годы в производственном секторе традиционные системы учета затрат были заменены системами учета затрат на основе АВС-метода (Activity Based Costing - далее АВС). Несмотря на эту тенденцию в производстве системы учета затрат на основе АВС-метода мало проникли в сектор услуг, особенно в ресторанный индустрию. Использование системы учета затрат на основе АВС-метода в ресторанной индустрии практически отсутствует по ряду причин. Тем не менее, рестораны могут быть идеальным местом для применения инструментов АВС-метода из-за неотъемлемых характеристик отрасли.

Ключевые слова: Калькуляция на основе АВС-метода, ресторанный индустрия, учет затрат, распределение затрат, ценообразование

ВВЕДЕНИЕ

Выживание ресторанной индустрии в 21-м веке будет зависеть от способности бизнеса адаптироваться к требованиям клиентов больше, чем когда-либо в прошлом. Для достижения этой цели менеджеров ресторанов необходимо найти баланс между подходящей ценой продукта, в этом случае меню и удовлетворением потребностей клиентов. Эти цели могут быть наилучшим образом реализованы благодаря более глубокому пониманию руководством затрат, связанных с доставкой нужного продукта нужному клиенту по правильной цене [1].

В течение последнего десятилетия обрабатывающая промышленность успешно применяла систему учета затрат на основе деятельности (АВС), которые предоставили производственным фирмам

лучшее понимание их затрат, что привело к увеличенной прибыли. Купер и Каплан (1988) указали на условия, которые делают производственные компании хорошими кандидатами для применения систем ABC, например, многообразие используемых ресурсов и тот факт, что использование товаров и ресурсов не коррелируется с традиционными методами распределения затрат [2]. Ротч (1990) заявил, что эти условия распространяются и на сервисные компании [3]. Даже если метод ABC был применен в некоторых сервисных фирмах, таких как медицинские компании и финансовые учреждения, в гостиничном или ресторанном бизнесе система ABC практически отсутствуют [4]. Кроме того, в литературе по гостинично-ресторанному бизнесу практически отсутствуют исследования, касающиеся применения системы ABC в ресторане.

МЕТОДЫ

Сегодняшние потенциалы по автоматизированным учетно-расчетным задачам дают большую возможность компаниям выбирать методы или системы распределения косвенных или накладных расходов, исходя из особенности своей работы, и координировать их с методами учета затрат и калькулирования себестоимости.

Применение метода ABC (учет затрат по функциям) имеет много различий. Объектом учета затрат в таком случае возникает отдельный вид деятельности (функция, операция), а объектом калькулирования – вид продукции (в данном случае услуга). Принципиальная разница ABC-метода от других методов учета затрат и калькулирования состоит в последовательности распределения косвенных/накладных расходов.

Целью данной статьи является изучение того, в какой степени системы ABC в настоящее время используются в ресторанной индустрии и возможность расширения использования методов ABC в ресторанном бизнесе.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Почти все существующие исследования по ABC-методам происходят из международного бизнеса и в основном из производственного сектора, так как, по-видимому, до сих пор не нашли применения в гостинично-ресторанной индустрии. Несмотря на то, что концепция возникла более пятидесяти лет назад, систему ABC активно начали использовать только в последнее десятилетие. ABC-метод стала официальной дисциплиной в 1986 году, в результате проекта, созданного Консорциумом по передовой международной промышленности (САМ-I), который учредил проектную группу, в которую входили Роберт Каплан, Робин Купер и Джеймс Бримсон [5]. Целью проекта было улучшение методов учета затрат. Консорциум САМ-I работал вместе с Национальной ассоциацией бухгалтеров, чтобы создать перечень методов учета затрат, которые в впоследствии стали называться как метод ABC.

Согласно САМ-I, система ABC - это метод распределения затрат, основанный на здравом смысле, который позволяет менеджерам создавать систему ABC в соответствии с собственными уникальными потребностями их компаний [5].

Система ABC должна отражать деятельность компании и некоторые рекомендации должны быть рассмотрены до начала разработки систем ABC. В первую очередь система должна быть простой, чтобы сделать ее более понятной для сотрудников и руководства. Кроме того, поскольку каждая компания отличается, характер структуры затрат компании, включая ее ключевые факторы затрат, должны отличаться от фирмы к фирме. Наконец, то, как спроектирована система ABC, главным образом должна зависеть от того, какие задачи ставит руководство перед системой учета затрат [6].

Купер подробно описал структурированный подход по внедрению системы ABC на производственных предприятиях. Его подход разделен на две части. Первый сегмент охватывает шаги, которые необходимо предпринять до внедрения системы. Второй сегмент его структурированного подхода включает в себя семь отдельных этапов внедрения, начиная с руководства фирмы, проводящего ознакомительные и проектные семинары системы ABC, за которыми следуют сбор данных и разработка форм. Остальные четыре этапа включают в себя проведение регулярных совещаний по вопросам прогресса, за которыми следует семинар для руководителей и совещания по вопросам результатов и устной передачи

для более широкой аудитории сотрудников компании. Третий этап внедрения ABC-метода считается наиболее критическим этапом, включающим проектирование системы и сбор данных [7]. Он состоит из пяти основных шагов:

1. Определение основных видов деятельности, выполняемых в компании посредством собеседований;
2. Определение затрат на эти виды деятельности;
3. Определение факторов, определяющих стоимость деятельности путем проведения интервью;
4. Определение количества каждого фактора затрат, связанного с каждым продуктом;
5. Расчет затрат по видам деятельности.

Необходимо разделить все накладные расходы на полностью «обремененные» расходы каждого отдела, чтобы определить основные расходы и наиболее влиятельные отделы. Затем необходимо определить уровень агрегирования действий. Агрегирование отдельных действий важно, потому что это снижает стоимость измерения каждого отдельного действия [6].

Как только будут определены действия, нужно будет определить их стоимость. Стоимость ресурсов может быть передана коллективно для всех действий или для каждого действия отдельно [8]. На этом этапе другие авторы предлагают определить центры активности на основе однородности затрат по видам деятельности [9, 10]. Согласно Куперу, выбор баз распределения на первом этапе включает в себя то, как система затрат отслеживает стоимость ресурсов, потребляемых видами деятельности, для различных видов деятельности. Стоимость каждого вида деятельности прослеживается до отдельных пулов затрат. Каждый пул затрат на деятельность содержит общую стоимость выполнения этого вида деятельности для всех продуктов [8]. Во втором этапе выбираются драйверы стоимости. Этот выбор должен учитывать тот факт, что фактор затрат представляет собой либо изменяющееся потребление ресурсов для конкретного действия, либо использование ресурсов с той же скоростью при выполнении действия.

В системе ABC факторы затрат деятельность являются связующим звеном между действиями и продуктами. В ABC-методе может использоваться несколько уровней драйверов затрат в зависимости от сложности ее конструкции.

Предлагаем рассмотреть подход, который различает три разных уровня факторов, влияющих на стоимость, таких как единица, поддержка продукта и пакетные факторы. Стоимость на уровне единицы измеряет расходы, которые потребляются пропорционально количеству произведенных единиц, в то время как связанные с партиями затраты включают затраты на действия, выполняемые каждый раз, когда производится партия товаров. Третья категория затрат включает в себя действия, которые выполняются для обеспечения возможности производства и продажи отдельных продуктов, которые помечены как действия по поддержанию продукта. Расходы на деятельность по поддержанию продукта, как правило, увеличиваются по мере добавления большего количества продуктов в линейку, однако они не зависят от того, сколько продуктов производится.

Также ученые обсуждают четвертый уровень деятельности, которая называется деятельностью на уровне учреждения. Эти действия обычно объединяются в единый центр действий, потому что такие действия относятся к общему производству, а не к какой-либо конкретной партии или продукту. Расходы на уровне объекта в основном административные. Кроме того, они учитывают такие затраты, как амортизация, налоги на имущество, страхование, расходы на обучение сотрудников и отпускные работников. Стоимость этих действий не должна быть отнесена к продукту с использованием драйвера деятельности, потому что это будет включать использование основанных на объеме мер, таких как часы работы или затраты. Однако стоимость этих действий может быть отнесена к продукту с использованием соответствующим обоснованием для этого.

ABC-метод имеет значительные преимущества перед другими методами калькуляции способности, так как методом ABC накладные расходы отслеживаются лучше, что позволяет более точно рассчитывать стоимость единицы [11]. Подход, основанный на ABC-методе, показывает как количество используемых накладных ресурсов, так и стоимость неиспользованной емкости. С другой стороны, калькуляция себестоимости обычным методом используют прямые рабочие часы или единицы, про-

изведенные в качестве движущей силы деятельности. Эти традиционные драйверы объема рассчитываются на основе запланированного производства, а не практической мощности. Таким образом, основанные на объеме драйверы, используемые для определения стоимости, такие как прямой труд, представляют собой ограниченную меру точного использования действия продуктом. Следовательно, общепринятые подходы к затратам часто приводят к неточной стоимости продукта.

Поскольку не все прямые ресурсы увеличиваются пропорционально объему производства, затраты, связанные с продуктом, будут искажены [12]. Традиционная калькуляция себестоимости продукции маскирует влияние разнообразия на стоимость, что дает неточные данные. Традиционные калькуляции неуместны, когда продукты и линии обслуживания разные, и существует неоднородность в процессах и требованиях клиентов. Кроме того, традиционная калькуляция предоставляет ложную информацию, когда накладные расходы высоки, а размер прибыли невелик.

Большинство производственных компаний обычно используют труд в качестве основы для косвенного распределения затрат на продукты. Однако в обрабатывающей промышленности труд постепенно становился менее значимым как часть общих затрат, а продолжающаяся практика использования труда в качестве основы для распределения привела к неверному представлению структуры затрат компании [13]. В сервисных компаниях накладные расходы сегодня составляют примерно 67 процентов от общих затрат. Следовательно, практика использования неподходящих оснований для распределения накладных расходов искажает стоимость продукта еще больше по сравнению с обрабатывающей промышленностью [14].

Традиционные системы учета производственных затрат игнорируют многие расходы, такие как расходы на продажи, дистрибуция, исследования и разработки или административные расходы, потому что менеджеры считают, что они в равной степени распределены по всем клиентам. В сфере услуг, такой как ресторанный бизнес, можно найти большое расхождение в стоимости, необходимой для обслуживания различных клиентов. Например, обслуживать постоянных клиентов гораздо дешевле. Следовательно, традиционный метод усреднения общих накладных расходов (т.е. общих накладных расходов, деленных на количество оказанных услуг) не дает точной структуры затрат на услуги [3].

Хотя прямые расходы распределяются между центрами прибыли в ресторанном бизнесе, накладные расходы чаще всего остаются нераспределенными в сфере гостеприимства. Например, ресторанная индустрия обычно не распределяет накладные расходы. Однако руководители ресторанов все больше осознают необходимость отслеживать некоторые из своих накладных расходов, таких как рабочая сила по отношению к меню. Кроме того, ряд исследований показывает, что традиционные затраты неуместны, когда продукты и услуги разнообразны, а процессы, требования и клиенты неоднородны [2, 7, 10]. Кроме того, традиционная калькуляция дает ложную информацию, когда накладные расходы высоки, а размер прибыли небольшой, как в случае с ресторанным бизнесом.

В ресторанной индустрии руководство обычно распределяет только переменные затраты на стоимость меню и не учитывает накладные расходы при установлении цен. Это связано с тем, что менеджеры просто не знают, сколько стоит обслуживание разных типов клиентов, и всем клиентам предлагается одинаковая цена меню. ABC-метод обеспечит точную стоимость продукта для организаций со значительным разнообразием продуктов, производственных процессов и клиентов, таких как рестораны. Компании с большими накладными расходами являются хорошими кандидатами на получение прибыли от использования ABC-метода.

Традиционно ресторанная индустрия имеет очень небольшую норму выживания и высокий процент неудач. Из-за трудоемкого характера ресторанного бизнеса затраты на рабочую силу обычно составляют наибольшую долю от общей стоимости. В целом, операционные расходы ресторанов часто составляют около 60 процентов от общей выручки, а заработная плата составляет около 30 процентов от общей выручки. Кроме того, постоянные затраты (такие как расходы на размещение и амортизацию) составляют около 10 процентов от общих расходов ресторана, что приводит к очень узкому размеру прибыли [15].

Обычно в ресторанной индустрии очень мало внимания уделяется общим эксплуатационным расходам при установлении цен на продукцию. Цены на ресторанные услуги обычно рассчитываются

строго как функция стоимости товаров, проданных с определенной процентной наценкой. Этот подход часто бывает произвольным или основан на опыте.

Кроме того, использование метода ABC повышает осведомленность руководства обо всех мероприятиях, проводимых в ресторане, и помогает менеджерам сократить объемы работы, не связанной с добавленной стоимостью. Сокращение количества мероприятий, стоимость которых превышает стоимость, добавленную к ним, не только поможет сократить организационные потери, но и уменьшит задержки в обслуживании. Принятие ABC-метода принесет ориентированность на процесс для менеджеров ресторанов, которые обычно более ориентированы на задачи. Кроме того, более эффективная и ориентированная на процессор организация могла бы повысить производительность труда, что снизило бы общие затраты на оплату труда.

Наконец, ABC-метод может помочь в изучении сегментов рынка ресторана и определении степени их прибыльности путем определения истинных затрат на меню. Для менеджеров ресторанов характерно отсутствие понимания разницы в прибыльности каждого из их сегментов рынка, потому что они не знают истинной прибыли по своему меню. Например, большинство ресторанов анализируют цены своего меню, применяя некоторую форму разработки меню, которая анализирует составляющие меню в соответствии с их общей популярностью и прибыльностью. Однако проектирование меню не может выявить истинную прибыльность меню, если цена на элемент оценивается неточно и если цены меню установлены без учета накладных расходов. Таким образом, ABC-метод может помочь в установлении более подходящей цены на меню, которая значительно поможет руководству в определении тех пунктов меню, которые действительно являются выгодными.

Таким образом, обстоятельства ресторанной индустрии, по-видимому, обеспечивают необходимые условия для расчета затрат с помощью ABC-метода, как для местных, так и для международных ресторанных компаний. Также очевидно, что ABC-метод должен хорошо применяться в ресторанной индустрии, и что при внедрении методов ABC может существовать ряд возможностей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В течение последнего десятилетия ABC-метод успешно применялись в мировой обрабатывающей промышленности и в некоторых секторах международной сферы услуг. Однако в сфере гостеприимства, особенно в ресторанной индустрии, не хватает ABC-метода. В целом менеджеры крупных местных и международных ресторанов осведомлены о концепциях ABC-метода, но до сих пор решили не внедрять ABC-метод по ряду причин. Кроме того, многие управляющие ресторанов, не видят потенциальных выгод от внедрения ABC-метода и не беспокоятся о ее сложности и стоимости внедрения. Тем не менее, благодаря отличительным характеристикам ресторанной индустрии, таким как высокие накладные расходы и широкое разнообразие в меню, ABC-метод является инструментом, который необходимо учитывать для улучшения своих итоговых показателей.

Применение методов ABC обеспечивает механизм включения фиксированных расходов ресторана в стоимость отдельных пунктов меню. Таким образом, рестораторы получают более четкое представление о стоимости всего меню в разрезе каждого блюда. В свою очередь, они могли бы принять методы ценообразования, основанные на реальной прибыли каждого отдельного продукта, что должно повысить прибыльность ресторана. Однако очевидно, что весь потенциал использования ABC-метода в ресторанной индустрии еще не реализован. Из-за затрат на внедрение и поддержание такой системы руководство ресторана должно быть полностью убеждено в его преимуществах, прежде чем принять решение о применении методов ABC.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 Лин Б, Коллинз Дж. и Су Р., Калькуляция цепочки поставок: перспективы ABC-метода. Международный журнал физического распределения и управления логистикой. 31 (10), 702-713, 2001г.
- 2 Каплан Р. и Купер Р., Правильно измеряйте затраты: принимайте правильные решения. Harvard Business Review, сентябрь-октябрь, 96-103, 1988г.
- 3 Ротч В., Расчет затрат по видам деятельности в сфере услуг. Journal of Cost Management, Summer, 4-14, 1990г.

- 4 Келлер Б., Учет затрат по ABC-методы в гостиничном бизнесе. [Monograph]. Cornell University, 1994г.
- 5 Дали Ж., Ценообразование для прибыльности: ценообразование на основе деятельности для конкурентного преимущества. NY: John Wiley & Sons, Inc., 2002г.
- 6 О'Гуин М., Полное руководство по затратам на основе ABC-метода. NY: Prentice Hall, 1991г.
- 7 Купер Р., Структурированный подход к внедрению ABC-метода. Accountancy (UK), June, 78-80, 1991г.
- 8 Купер Р., Рост затрат на основе ABC-метода - Часть 4. Как выглядят системы затрат на основе ABC-метода? Journal of Cost Management, (Spring 1989), 38-49, 1989г.
- 9 Турней П., Общие центры. Прорыв производительности ABC-метода. Cost Technology, 13-17., 1991г.
- 10 Кукинс Г., Управление затратами на основе ABC-метода: руководство для менеджеров. NY: John Wiley & Sons, Inc., 2001г.
- 11 Гаррисон Р. и Норин Е., Управленческий учет (8-е изд.). NY: Irwin McGraw-Hill, 1997г.
- 12 Мартин Дж., Эмпирический анализ факторов, способствующих внедрению системы калькуляции на основе ABC-метода. Master's Thesis. Queen's University, Canada. (UMI No. AAT MQ 360 54), 1998г.
- 13 Хикс Д., Расчет затрат по видам деятельности для малого и среднего бизнеса: руководство по внедрению. NY: John Wiley & Sons, Inc., 1992г.
- 14 Шмидгал Р., Управленческий учет индустрии гостеприимства (4-е изд.). Educational Institute American Hotel & Motel Association. Lansing, MI, 1997г.
- 15 Белл Д., Контроль стоимости продуктов питания и напитков. Las Vegas: University of Nevada, Las Vegas—Department of Reprographic Services, 2002г.

REFERENCES

- 1 Lin B, Kollinz J. i Su R., Kalkulyaciya serposhki postavok: perspektivy ABC-metoda. Mezhdunarodnyj zhurnal fizicheskogo raspredeleniya i upravleniya logistikoj. 31 (10), 702-713, 2001g.
- 2 Kaplan R. i Kuper R., Pravilno izmeryajte zatraty: prinyimajte pravilnye resheniya. Harvard Business Review, sentyabr-oktyabr, 96-103, 1988g.
- 3 Rotch V., Raschet zatrat po vidam deyatel'nosti v sfere uslug. Journal of Cost Management, Summer, 4-14, 1990g.
- 4 Keller B., Uchet zatrat po ABC-metody v gostinichnom biznese. [Monograph]. Cornell University, 1994g.
- 5 Dali Zh., Cenoobrazovanie dlya pribylnosti: cenoobrazovanie na osnove deyatel'nosti dlya konkurentnogo preimushhestva. NY: John Wiley & Sons, Inc., 2002g.
- 6 O'Guin M., Polnoe rukovodstvo po zatratam na osnove ABC-metoda. NY: Prentice Hall, 1991g.
- 7 Kuper R., Strukturirovannyj podxod k vnedreniyu ABC-metoda. Accountancy (uk), june, 78-80, 1991g.
- 8 Kuper R., Rost zatrat na osnove ABC-metoda - Chast 4. Kak vyglyadyat sistemy zatrat na osnove ABC-metoda? Journal of Cost Management, (Spring 1989), 38-49, 1989g.
- 9 Turnej P., Obshhie centy. Proryv proizvoditelnosti ABC-metoda. Cost Technology, 13-17., 1991g.
- 10 Kukins G., Upravlenie zatratami na osnove ABC-metoda: rukovodstvo dlya menedzherov. NY: John Wiley & Sons, inc., 2001g.
- 11 Garrison R. i Norin E., Upravlencheskij uchet (8-e izd.). NY: Irwin McGraw-Hill, 1997g.
- 12 Martin J., Empiricheskij analiz faktorov, sposobstvuyushhix vnedreniyu sistemy kalkulyacii na osnove ABC-metoda. Master's Thesis. Queen's University, Canada. (UMI No. AAT MQ 360 54), 1998g.
- 13 Xiks D., Raschet zatrat po vidam deyatel'nosti dlya malogo i srednego biznesa: rukovodstvo po vnedreniyu. NY: John Wiley & Sons, Inc., 1992g.
- 14 Shmidgal R., Upravlencheskij uchet industrii gostepriimstva (4-e izd.). Educational Institute American Hotel & Motel Association. Lansing, MI, 1997g.
- 15 Bell D., Kontrol stoimosti produktov pitaniya i napitkov. Las vegas: University of Nevada, Las Vegas—Department of Reprographic Services, 2002g.

SUMMARY

The article discusses the methodological and theoretical aspects of using the cost accounting system, in particular the ABC method in the restaurant industry. The ABC method is successfully used in the manufacturing industry and in some sectors of the international services sector. But, in the hospitality industry, especially in the restaurant industry, the ABC method is not used. However, due to the distinctive characteristics of the restaurant industry, such as high overheads and a wide variety in the menu, the ABC method is a tool that must be considered to improve its bottom line.

ТҮЙІН

Мақалада шығындарды есепке алу жүйесін мейрамхана саласында пайдаланудың әдіснамалық және теориялық аспектілері, атап айтқанда, ABC әдісі талқыланады. ABC әдісі өңдеу өнеркәсібінде және халықаралық қызметтер саласының кейбір секторларында сәтті қолданылады. Алайда қонақжайлылық индустриясында, әсіресе мейрамхана өнеркәсібінде ABC әдісі пайдаланылмайды. Мейрамхана индустриясының айрықша ерекшеліктеріне байланысты, мысалы, жоғары үстеме шығыстар мен мәзірде кең ассортимент ретінде ABC әдісі оның төменгі сызығын жақсарту үшін қарастырылуы керек құрал болып табылады.

JEL classification: O: Economic Development, Technological Change, and Growth

METHODOLOGY FOR ASSESSING INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Zh.B. Rakhmetulina

Candidate of Economic Sciences, professor
L.N. Gumilyov Eurasian National University
Astana, the Republic of Kazakhstan

Т.А. Абылайханова

Candidate of Economic Sciences
S.Amanzholov East Kazakhstan State University
Ust-Kamenogorsk, the Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – to develop an algorithm for assessing innovative potential, developed on the basis of the methodology, which is based on a comprehensive assessment of the integral index.

Methodology – The theoretical and methodological basis is based on the research of domestic and foreign scientists in the field of the theory and practice of the innovation activity of enterprises. The methods of comparative economic analysis, a systematic approach, and also methods of expert evaluation were used in the article.

Originality / value – The following hypothesis was put forward in the course of the study: the methodology for evaluating innovative potential is based on an integrated assessment of enterprise performance. This methodology assumes an expert assessment of the potential, during which qualitative and quantitative analyzes of the available resources and capabilities of the enterprise are carried out.

Conclusions – The value of this work is related to the fact that the presented model for assessing the innovative potential could be used by the management of the organization to assess the existing resources of the enterprise, how much they are used, and also to assess the feasibility of introducing innovative changes.

Keywords – assessment of the innovation potential of the enterprise, factors of innovation development, innovation, assessment methodology.

УДК 338.312

КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІН БАҒАЛАУ ӘДІСТЕМЕСІ

Ж.Б.Рахметулина

экономика ғылымдарының кандидаты, профессор
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Астана, Қазақстан Республикасы

Т.А.Абылайханова

экономика ғылымдарының кандидаты
С.Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті
Өскемен, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Зерттеу мақсаты – интегралдық көрсеткішті кешенді бағалауды қолдану әдістемесі негізінде инновациялық әлеуетті бағалау алгоритмін әзірлеу.

Әдіснама – теориялық және әдіснамалық негіз кәсіпорындардың инновациялық қызметінің теориясы мен тәжірибесі саласындағы отандық және шетелдік ғалымдардың зерттеулері негізделеді. Мақалада салыстырмалы экономикалық талдау әдістері, жүйелік тәсіл, сондай-ақ сараптамалық бағалау әдістері қолданылды.

Түпнұсқалылық/құндылығы – зерттеу барысында мынадай гипотеза қойылған: инновациялық әлеуетті бағалау әдістемесінің негізін кәсіпорын көрсеткіштерінің интеграцияланған бағалауы құрайды. Бұл әдістеме кәсіпорынның қолда бар ресурстары мен мүмкіндіктеріне сапалық және сандық талдау жүргізілетін әлеуетті сараптамалық бағалауды болжайды.

Қорытынды – бұл жұмыстың мәні инновациялық әлеуетті бағалаудың ұсынылған үлгісін ұйым басшылығы кәсіпорынның қолда бар ресурстарын, қаншалықты пайдаланылатынын, сондай-ақ инновациялық өзгерістерді енгізудің орындылығын бағалау үшін қолдануымен түсіндіріледі.

Түйін сөздер – кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалау, инновациялық даму факторлары, инновациялар, бағалау әдістемесі.

КІРІСПЕ

Экономиканың қазіргі жағдайы теңдесі жоқ жылдамдықпен және үлкен ауқымда болуы тиіс жүйелік трансформациялар талап етілетінін көрсетеді. Бүгінгі күні адам қызметінің көптеген салаларында қолданылуы мүмкін және жеке кәсіпорынның қызметіне ғана емес, сонымен қатар жекелеген елдердің экономикасына әсер ететін серпінді технологиялық инновацияларға үлкен назар аударылуда.

ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін зерттеу мәселелерімен шетелдік және отандық ғалымдар айналысты: Бабанова Ю.В., Бержанова А.М., Витель Л., Долинская А.Ю., Каган Е.Б., Каян К., Королев В.И., Мукашева С., Павленко И., Раутер Р., Соменкова Н.С., Тургинбаева А.Н., Хименеце-Хименец Д., Шириева Ю.С. [1-15]. Авторлар кәсіпорынның инновациялық әлеуетін әртүрлі көзқараспен қарады, сондықтан бүгінгі күні осы терминнің жалпыға бірдей анықтамасы жоқ. Кейбіреулері экономикалық инновациялардың тиімділігі тұрақтылықтың инновациялық өнімділігімен оң байланыста екенін атап өтті [5] және инновациялардың ұйымдастырылуы жалпы инновациялық үрдіспен өнімді әзірлеудің жаңа үрдісін қамтуы тиіс деп қорытындылаған [2]. Ғалымдардың көзқарастарының сан алуандығы кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалау әдістемесін жасауға ықпал етті.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалау кезеңдері

Бүгінгі таңда кәсіпорынның инновациялық әлеуетін анықтауға көзқарастардың сан алуандығы оны бағалау үшін көптеген әдістемелерді қолдануға мүмкіндік береді. Қазіргі әдістердің арасында кең таралғаны:

- кәсіпорынның сыртқы ортасын талдау;
- кәсіпорынның ішкі ортасын талдау;
- кәсіпорынның ресурстық құрауыштарын талдау.

Кәсіпорынның ресурстық құрауыштарын зерттеумен көптеген ғалымдар айналысты және кәсіпорынның инновациялық әлеуеті қалай бағалануы мүмкін деген бірнеше әдіс ұсынылды [13]:

- сараптамалық әдіс-кәсіпорынның жалпы әлеуетінің санаттарын сарапшылар бағалайды;
- сандық әдіс-кәсіпорынның қаржылық көрсеткіштері есептеледі және бағаланады, олардың негізінде қолда бар әлеует бойынша қорытынды жасалады;
- ресурстық құрамды талдау-кәсіпорынның қаржылық, материалдық-техникалық, өндірістік әлеуеттері жеке бағаланады;
- әлеуеттің интеграцияланған бағалауы - жалпыланған көрсеткіш негізінде кәсіпорынның жалпы әлеуеті бағаланады.

Инновациялық әлеуетті бағалаудың қазіргі әдістемелерін талдай отырып, сараптамалық бағалауларға жиі артықшылық берілетіндігі туралы қорытынды жасауға болады.

Сараптамалық бағалау көп жағдайда бағалаудың субъективті нысаны болып табылады, баллдық жауаптар түріндегі нәтижелер одан әрі ішкі пайдалану үшін мүмкін емес.

Авторлардың пікірінше, кәсіпорынның инновациялық әлеуетін өлшеу бағалаудың объективті және субъективті факторларын қамтуы тиіс. Сонымен қатар, ұйымның ағымдағы және қажет болған жағдайда жоспарланған жағдайын көрсететін инновациялық әлеуеттің бағалау нәтижелерін көрнекі түрде ұсыну міндеті тұр [8].

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалауды жүргізу мүмкіндік береді:

- кәсіпорынның ағымдағы жағдайын бағалау;
- кәсіпорынның инновациялық қайта құруларға, инновациялық жобаларды іске асыруға дайындығын бағалау;
- кәсіпорынның негізгі «әлсіз» және «күшті» жақтарын, қолда бар жасырын, пайдаланылмайтын ресурстар мен мүмкіндіктерін анықтау, оларды пайдалануды ұзақ мерзімді перспективаға үйлестіру;
- кәсіпорынның инновациялық әлеуетін басқару жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстар мен іс-шаралар әзірлеу.

Авторлар негізін кәсіпорын көрсеткіштерін интеграцияланған бағалау құрайтын инновациялық әлеуетті бағалау әдістемесін ұсынады. Бұл әдістеме әлеуетті сараптамалық бағалауды болжайды, оның барысында кәсіпорынның қолда бар ресурстары мен мүмкіндіктеріне сапалық және сандық талдау жүргізіледі [8].

Инновациялық әлеуетті бағалауды жүргізу кезеңдері 1-суретте алгоритм түрінде ұсынылған.

Бірінші кезең кәсіпорын басшылығының талдау жүргізу мақсатын қалыптастыруды – кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалауды қамтиды. Инновациялық әлеуетті бағалауды жүргізу бастамасы ұйымдық және қаржылық мәселелерді одан әрі табысты шешу үшін кәсіпорын басшылығы тарапынан негізге алынуы тиіс.

Екінші кезең – бағалау жүргізілетін көрсеткіштерді іріктеу. Жеке кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалаудың объективтілігі кәсіпорын жұмыс істейтін сала үшін ұсынылған көрсеткіштердің дұрыс және лайықты жиынтығына байланысты.

Көрсеткіштердің қалыптасқан жүйесі ұйымның барлық элементтерін кешенді түрде қарауға және кәсіпорынның ағымдағы сәттегі жай-күйі туралы қажетті ақпаратты алуға кепілдік беруге мүмкіндік беруі тиіс. Бұл қазіргі кездегі қалыптасқан жағдайды бағалауға ғана емес, болашақта кәсіпорынды дамыту жөніндегі іс-шараларды әзірлеуге мүмкіндік береді, сондай-ақ инновациялық әлеует құрылымының элементтерін жетілдіру жөнінде уақтылы шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Көрсеткіштер зерттеулер негізінде [4], сондай-ақ осы мақала авторларының әзірлемелері мен ғылыми зерттеулерін пайдалана отырып қалыптастырылған. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін сипаттайтын көрсеткіштер мен индикаторлардың құрылымы 1-кестеде көрсетілген.



Сурет 1- Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалау алгоритмі
Ескерту: авторлар әзірлеген

Кесте 1 - Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін сипаттайтын көрсеткіштер мен индикаторлардың құрылымы

Көрсеткіштер	Индикаторлар
Ұйымдастыру құрылымы	Кәсіпорын жұмысын ұйымдастыру үрдісінің сапасы
	Басқару байланыстарының сапасы
Ұйымдастыру мәдениеті	Қызметкерлердің / ұйымның өзгерістерге дайындығы
	Корпоративтік мәдениет
	Ұйымдағы қарым-қатынас және коммуникация жүйесі
Персоналдың мотивация жүйесі	Мотивация жүйесін кешенді бағалау
	Персоналдың ұтқырлығы
	Бастамашы қызметкерлерді, инноваторларды қолдау
Еңбек ресурстарымен қамтамасыз етілуі	Қызметкерлерді оқыту жүйесі, қайта оқыту, қайта мамандандыру
	Қызметкерлердің біліктілік деңгейі - білімі, жұмыс өтілі
	Инновациялық қызметке тартылған жоғары білімі бар персоналдың саны
Ұйымның инновациялық қызметі	Пайдаланылатын технологиялардың прогрессивтілігі
	Өндірісті автоматтандыру және басқару деңгейі
	Ұйым ішіндегі инновациялық жобаларды іске асыруға тартылған адамдар саны
	ҒЗТҚЖ-ға тартылған адамдар саны
	ҒЗТҚЖ тиімділігі
Материалдық-техникалық ресурстармен қамтамасыз етілуі	Материалдық ресурстармен қамтамасыз етілуі
	Алаңдармен (өндірістік, қоймалық, кеңселік) қамтамасыз етілуі
Қаржылық ресурстармен қамтамасыз етілуі	Дамуға қаражат тарту мүмкіндігінің болуы
	Кәсіпорынның қаржылық тәуелсіздігі
Ақпараттық ресурстармен қамтамасыз етілуі	Перспективалы патенттердің, ноу-хаудың болуы
	Коммерциялық ақпараттың болуы
	Перспективалық жұмыстардың, әзірлемелердің болуы
Дерек көз: [7,9]	

Бағалау үшін пайдаланылатын көрсеткіштерді түпкілікті таңдау және қалыптастыру зерттелетін объектіні таңдауға (қызмет мөлшері, ерекшелігі, саласы) байланысты екенін атап өткен жөн. Жүргізілген бағалау нәтижелерінің дәлдік және шынайылық дәрежесі көрсеткіштер таңдауына байланысты.

Үшінші кезең - таңдалған көрсеткіштерді бағалау үшін критерийлерді анықтау. Көрсеткіштерді бағалау шкаласын таңдау маңызды кезең болып табылады. Сауалнамаға қатысқан қызметкерлерге 10 балдық шкала бойынша сұрақтарды бағалау ұсынылады: 10 - өте жақсы (ең жоғары көрсеткіш); 5 - орташа мән; 1 - төмен көрсеткіш немесе бағалау мүмкін емес.

Төртінші кезең - сауалнаманы дайындау. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалау сауалнама негізінде жүргізіледі, онда сауалнама әмбебап және пайдалануға оңай болуы тиіс. Жүргізілген бағалау нәтижелері бойынша кәсіпорын басшылығы алдағы жұмыста пайдаланылатын барабар және объективті ақпарат алуы тиіс. Сауалнаманың электрондық нұсқасын пайдалану сауалнамаға сілтемені ұйымның корпоративтік поштасы арқылы жедел жіберуге мүмкіндік береді, бұл сауалнамаға қол жеткізу уақытын айтарлықтай қысқартады.

Бесінші кезең - сауалнама негізінде инновациялық әлеуетке талдау жүргізу. Сандық және сапалық талдауды қамтиды. Салыстырмалы көрсеткіштердің математикалық есептері негізінде жүргізілетін сандық талдау кәсіпорынның белгілі бір уақыт сәтіндегі қаржылық жағдайын бағалауға мүмкіндік береді. Алынған ақпарат кәсіпорынның қандай ресурстарға ие екендігін, қосымша қаржыландыруды тарту мүмкіндігі бар ма деген жалпы түсінік жасауға мүмкіндік береді. Талдау үшін ақпарат ұйымның ішкі ақпарат көздерінен алынуы мүмкін: бухгалтерлік есептілік, ішкі пайдаланудағы басқару құжаттары. Инновациялық әлеуетті бағалау нәтижесінде әртүрлі кәсіпорындарда әмбебаптылық және қолдану тұрғысынан бағаланған және талданған негізгі қаржылық көрсеткіштер бөлінді, олар 2-кестеде ұсынылған.

Кесте 2 – Сандық талдауға қажетті негізгі қаржылық көрсеткіштер

Қаржылық көрсеткіш	Көрсеткіштің сипаттамасы	Есептеу формуласы
Түсім	Негізгі қызмет түрлері бойынша кәсіпорынның белгілі бір кезеңде алатын ақша қаражатының немесе өзге де игіліктердің саны	Қаржылық нәтижелер туралы есеп
Пайда	Кірістер мен шығындар арасындағы оң айырма	Қаржылық нәтижелер туралы есеп
Меншікті айналым қаражатымен қамтамасыз ету коэффициенті	Ұйымның қаржылық тұрақтылығы үшін қажетті меншікті айналым қаражатымен қамтамасыз етілу дәрежесін айқындайды	$K_{мақ} = \text{Меншікті айналым қаражаты} / \text{айналым активтері}$
Қаржылық тәуелсіздік	Меншікті капитал есебінен жабылатын ұйым активтерінің үлесін көрсетеді. Активтердің қалған үлесі қарыз қаражаты есебінен жабылады. Коэффициенттің мәні жоғары болған сайын, әсіресе тәуелсіз кәсіпорын және меншікті қаражат есебінен борыштарды өте алады	$K_{қт} = \text{Меншікті капитал} / \text{Баланс қорытындысы}$
Қор қайтарымы	Негізгі қаражаттың 1 теңгесіне қандай түсімнің келетінін көрсетеді. Қор қайтарым-бұл негізгі құралдарды пайдаланудың тиімділігін көрсететін көрсеткіш	$ҚҚ = \text{Сатудан түскен түсім} / \text{негізгі құралдардың орташа жылдық құны}$
Айналым қаражатының айналымдылығы	Есепті кезеңде (жыл) айналым қаражатымен жасалған айналымдардың санын сипаттайды. Айналым қаражатының айналым жылдамдығы неғұрлым көп болса, олар соғұрлым жақсы пайдаланылады	$Қайн. = \text{Кезең ішіндегі сатудан түскен түсім} / \text{орташа кезең ішіндегі айналым қаражатының қалдығы}$
Еңбек өнімділігі	Бұл бір қызметкерге шаққанда белгілі бір кезеңде өндірілген өнім көлемі	$ЕӨ = \text{Өнім шығару көлемі} / \text{Қызметкерлер саны}$
Ескерту: авторлар әзірлеген		

Алтыншы кезең – сауалнама негізінде алынған нәтижелерді талдау және өңдеу.

Бағалаудың балдық жүйесі бойынша сараптамалық әдіспен анықталатын сапаның жалпыланған көрсеткіші $K_{экс}$ барлық сарапшылар қойған бағалардың орташа арифметикалық мәні болып саналады және мына формула бойынша есептеледі:

$$K_{экс} = \frac{\sum_{i=1}^a Q_i}{a}, \quad (1)$$

мұнда a – сарапшылар саны; Q – сарапшылар берген балдағы бағалар.

Сараптамалық топтың әрбір мүшесі толтырылуы қажет сауалнаманың электрондық нысанына сілтеме алады. Барлық алынған нәтижелер бірыңғай деректер базасы түрінде 3-кестеде ұсынылған.

Кесте 3 — Сауалнама нәтижелерін электронды форматта жинау нысаны

Индикаторлар	Сауалнамалық қызметкер		
	Басшы	Менеджер	
1. Кәсіпорын жұмысын ұйымдастыру үрдісінің сапасы	5	4	
2. Басқару байланыстарының сапасы	8	5	
3. Қызметкерлердің / ұйымның өзгерістерге дайындығы	8	4	
4. Корпоративтік мәдениет	4	4	
5. Ұйымдағы қарым-қатынас және коммуникация жүйесі	8	8	
6. Мотивация жүйесін кешенді бағалау	9	3	
7. Персоналдың ұтқырлығы	5	3	
8. Бастамашы қызметкерлерді, инноваторларды қолдау	3	7	

Ескерту: авторлар әзірлеген			

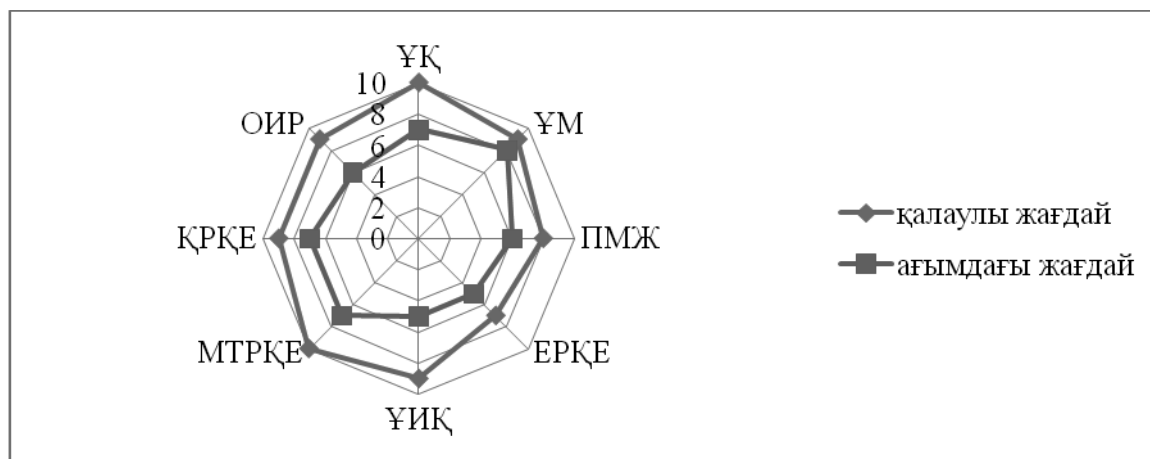
Келесі кадам-бүкіл топтың біріккен көрсеткішінің орташа мәнін есептеу.

Жетінші кезең-кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің «ағымдағы деңгейін» бағалау нәтижелерін графикалық түрде ұсыну. Бұл кезеңде ұйымның алдағы ішкі мұқтаждары үшін пайдаланылуы мүмкін көріністі таңдау маңызды. Ғылыми жүргізілген сауалнама барысында: кесте түрінде және графикалық түрде.

Ұсыныстың кестелік нұсқасы репрезентативті болып табылмайды және ұйым ішіндегі кеңестерде презентациялар үшін жарамсыз, себебі бірінші кезекте талдануы тиіс көрсеткіштерге қажетті назар аудару және өзгерістерді бірден бағалау қиын, бұл бағалау мен одан әрі талқылау нәтижелеріне тікелей әсер етуі мүмкін.

Сегізінші кезең - кәсіпорын әлеуетінің «қалаған деңгейіне» баға алу мақсатында болашақта ұйымның басқарушы немесе бас директорына, ұйымның бас акционерлеріне жеке сауалнама жүргізіледі. Сауалнаманың нәтижелері кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің ағымдағы деңгейін және ұзақ мерзімді перспективада қалауын графикалық ұсыну және салыстыру үшін пайдаланылатын болады.

Тоғызыншы кезең - алынған нәтижелерді графикалық түрде ұсыну. Инновациялық әлеуетті бағалауды жүргізгеннен кейін сандық және сапалық талдау барысында алынған барлық деректерді қойылған мақсаттар мен белгіленген талаптарға байланысты өңдеу және бағалаудың соңғы нұсқасын ұсыну қажет. Деректерді ұсынудың танымал тәсілдерінің бірі кестелік және графикалық форма болып табылады. График түрінде көбінесе зерттелетін көрсеткіштер арасындағы тәуелділікті немесе көрсеткіштердің байқалатын өзгерістерін көрсетеді.



2 сурет –Нәтижелердің салыстырмалы диаграммасы

Ескерту: авторлар әзірлеген

Инновациялық әлеуетті зерттеу барысында жасалған ұсыныстардың бірі- әрбір шыңы көрсеткіштер тобы болып табылатын жапырақ диаграмма түріндегі нәтижелерді таныстыру 2-суретте берілген.

Жапырақты диаграмма түрінде нәтижелерді ұсынудың артықшылықтары:

- тыңдаушыларға алынған нәтижелерді көрнекі түрде ұсыну мүмкіндігі;
- ұсынылған деректерден логикалық қорытындыларды тез жасау мүмкіндігі;
- алынған деректердің шынайылығын бақылау мүмкіндігі, өйткені кестеде есептердегі қателіктермен байланысты болуы мүмкін барлық дәлсіздіктер айқын көрінеді;
- бұл мотивацияны арттыруға мүмкіндік береді, ал қоршаған ортаға жоба идеяларын қабылдау оңай болады.

Оныншы кезең - алынған нәтижелер негізінде кәсіпорынның күшті жақтарын күшейтуге (қызметтің жекелеген бағыттарының әлеуетін), әлсіз жақтарын бейтараптандыруға және толығымен арылуға мүмкіндік беретін іс-шараларды қалыптастыруға болады. Ұсыныстардың бірі кәсіпорынның инновациялық қызметінің мақсаттарын, қойылған мақсаттарға қол жеткізу құралдарын, тәсілдері мен

әдістерін, сондай-ақ қосымша қаржыландыру көздерін тарту қажеттілігін білдіретін инновациялық даму стратегиясын құру болуы мүмкін.

Барынша тиімді жұмыс істеу үшін нақты уақыт аралығына арналған стратегия мен іс-шаралар жоспарын әзірлеу керек, ол аяқталғаннан кейін инновациялық әлеуетті қайта бағалауды жүргізу керек.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін бағалаудың ұсынылған әдістемесін сынақтан өткізу келесі артықшылықтарды көрсетуге мүмкіндік береді:

- сапалы да, сандық де көрсеткіштермен жұмыс істеуге мүмкіндік береді;
- ұсынылған нұсқаны пайдаланған жағдайда сауалнаманы жасауға немесе редакциялауға үлкен ақша шығындарын талап етпейді;
- кәсіпорынның «қалаған жағдайын» алу үшін эталон ретінде бас директордың, басқарушы команданың немесе акционерлердің сауалнамасын пайдалану есебінен болжамды талдауды жүзеге асыруға мүмкіндік береді;
- алынған нәтижелерді ұсынудың көрнекілігі;
- әдістеменің әмбебаптығы, өйткені кәсіпорын қызметінің барлық аспектілері талданады;
- сенімді ақпарат көздерін пайдалану;
- енгізілетін тауарлар мен қызметтерді өндіру және өткізу процесінде тұрақты, енгізілген инновациялар негізінде тұтынушылардың қажеттіліктерін неғұрлым толық қанағаттандыру есебінен бәсекеге қабілеттілікті арттыруға мүмкіндік беретін кәсіпорында инновациялық үрдісті жолға қою мүмкіндігі;
- кәсіпорынның күшті жақтарын пайдалану және әлсіз жақтарын нығайту қазіргі заманғы нарықтық экономика жағдайында өмір сүруге ғана емес, сондай-ақ шетелдік ұйымдармен бәсекелесуге көмектесетін бәсекелестік артықшылықтарды белсенді жасауға мүмкіндік береді.

Жүргізілген бағалау нәтижелерін ұйым басшылығы кәсіпорынның қолда бар ресурстарын қаншалықты пайдаланатынын бағалау, сондай-ақ инновациялық өзгерістерді енгізудің орындылығын бағалау үшін пайдалануы мүмкін. Алынған ақпарат ішкі пайдаланудан басқа, есеп акционерлер мен инвесторларға қызықты болады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Дамушы экономиканың қазіргі жағдайында қазақстандық кәсіпорындар шетелдік кәсіпорындармен салыстырғанда бәсекеге қабілеттілігі төмен болып келеді. Сондықтан отандық кәсіпорындар қолда бар ресурстар мен мүмкіндіктерді, яғни кәсіпорынның әлеуетін арттыра отырып, инновацияларға жиі жүгініп, инновациялық жобаларды енгізе бастады. Инновациялық қызмет және инновациялық әлеуетпен жұмыс кәсіпорынның тұрақты дамуын қамтамасыз ете алады және оған қажетті бағыт қоя алады.

Айта кету керек, инновациялық әлеуетті бағалаудың ұсынылған моделі экономистер әзірлеген білім мен тәжірибе негізінде сәтті үлгілендірілді. Ұсынылған бағалау моделі кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің ағымдағы және жоспарлы жағдайын бағалауға мүмкіндік беретін жазылған алгоритммен бекітілген. Әлеуетті бағалау кезінде кәсіпорынның нақты қолда бар ресурстарын бағалауды біріктіріп қана қоймай, сонымен қатар кәсіпорынның қазіргі уақытта иеленетін мүмкіндіктері мен пайдаланылмайтын ресурстарын талдауға мүмкіндік беретін сапалық және сандық талдаулар қолданылды.

Жобаланған алгоритмнен көрініп тұрғандай, үлгі жеке кәсіпорындардың мұқтаждығына қарай өзгеруі мүмкін. Ағымдағы және қажетті жағдайды толық бағалауды, сондай-ақ инновациялық әлеуеттің ағымдағы деңгейін бағалауды жүргізуге мүмкіндік бар. Ұсынылған сауалнаманы электронды форматта пайдалану сауалнаманың сыртқы түрін өзгертуге және қажет болған жағдайда көп ақшалай және уақытша шығынсыз талданатын факторларды ауыстыруға мүмкіндік береді. Аталған артықшылықтардың ішінде алынған нәтижелерді кәсіпорынның ішкі есебі ретінде де, сыртқы пайдалану мүмкіндігін атап көрсетуге болады: инвесторларға ұсыну, бизнес-жоспарға қосымша.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Jiménez-Jiménez, D., Sanz-Valle, R. Innovation, organizational learning, and performance//*Journal of Business Research*.-2011.-№64(4).-pp.408-417.<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.010>
- 2 Kenneth B.Kahn. Understanding innovation// *Business Horizons*.-2018.-№61 (3).-pp.453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- 3 Korolev, V.I., Sekerin, V.D., Bank, S.V., Gorokhova, A.E., Arutyunyan, Y.I Innovation potential of small-scale business: international experience// *Revista Espacios*. – 2017.- №38(49).
- 4 Pavlenko, I., Shibaykin, V., Tverdova, I., Marakova, A. Business mechanism of innovation-driven development of the agricultural market infrastructure // *Economic Annals-XXI*.-2018.- №169(1-2).-pp. 57-61.
- 5 Rauter, R., Globocnik, D., Perl-Vorbach, E., Baumgartner, R.J. Open innovation and its effects on economic and sustainability innovation performance// *Journal of Innovation & Knowledge*.- 12 April 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.004>
- 6 Witell, L., Snyder, H., Gustafsson, A., Fombelle, P., Kristensson, P. Defining service innovation: A review and synthesis//*Journal of Business Research*.- 2016.-№69 (8).- pp.2863-2872. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.055>
- 7 Бабанова Ю.В. Управление инновационным развитием предприятия на основе интеграционно-векторной концепции / Дис. к.э.н., Челябинск, 2013.
- 8 Долинская А.Ю. Методика оценки инновационного потенциала предприятия на основе интегрированного показателя / *Российское предпринимательство*.- 2018.- Том 19.- № 5.- 1723-1738б.
- 9 Каган Е.Б. Исследование и оценка инновационной позиции промышленного предприятия как фактора его конкурентоспособности. / Дис. к.э.н.- Челябинск, 2012.
- 10 Кузьмина О.Е. Выявление факторов влияния и показатели условий развития деятельности малых предприятий для оценки инновационного потенциала// *Инновационная деятельность*.- Саратов.- 2012. -№ 3. - С. 33-37.
- 11 Мукашева С. Анализ инновационного потенциала предприятий в РК//*Вестник КазНУ*.- 2011.- Том 84.- № 2.-С.86-95.
- 12 Рахметулина Ж.Б., Бержанова А.М., Кулмаганбетова А.С. Қазақстан Республикасындағы шағын және орта бизнес субъектілерінің инновациялық әлеуетін талдай// *Central Asian Economic Review*.- Алматы.- 2017.- №4 (117).-С.49-56
- 13 Соменкова Н.С. Инновационным потенциалом промышленного предприятия // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*.- 2011.- № 3-1.- 243-245б.
- 14 Тургимбаева А.Н. Инновации и риски: Учеб. Пособие.-Алматы, 2008.
- 15 Ширяева Ю.С., Перцева Л.Н., Лапшина Е.Н., Лапшин Е.А. Некоторые подходы к оценке инновационного развития предприятия // *Креативная экономика*. – 2017. – Том 11. – № 8. – С. 855-862.

REFERENCES

- 1 Jiménez-Jiménez, D., Sanz-Valle, R. (2011). "Innovation, organizational learning, and performance", *Journal of Business Research*, Vol.64 (4), pp.408-417. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.010>
- 2 Kenneth B.Kahn. (2018). Understanding innovation, *Business Horizons*, №61 (3), pp.453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- 3 Korolev, V.I., Sekerin, V.D., Bank, S.V., Gorokhova, A.E., Arutyunyan, Y.I (2017). "Innovation potential of small-scale business: international experience", *Revista Espacios*, Vol.38(49).
- 4 Pavlenko, I., Shibaykin, V., Tverdova, I., Marakova, A. (2018). "Business mechanism of innovation-driven development of the agricultural market infrastructure", *Economic Annals-XXI*, Vol.169(1-2), pp. 57-61.
- 5 Rauter, R., Globocnik, D., Perl-Vorbach, E., Baumgartner, R.J. (2018). "Open innovation and its effects on economic and sustainability innovation performance", *Journal of Innovation & Knowledge*, 12 April. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.004>
- 6 Witell, L., Snyder, H., Gustafsson, A., Fombelle, P., Kristensson P. (2016). "Defining service innovation: A review and synthesis", *Journal of Business Research*, Vol.69 (8), pp.2863-2872. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.055>

- 7 Babanova YU.V. (2013). "Upravlenie innovatsionnykh razvitiem predpriyatiya osnove integratsionno-vektornoj koncepcii", *Dis. k.e.n.*, Chelyabinsk. (In Russian)
- 8 Dolinskaya A.YU. (2018). "Metodika ocenki innovatsionnogo potenciala predpriyatiya osnove integratsionnogo pokazatelya", *Rossiyskoepredprinimatel'stvo*, Tom 19, № 5, pp.1723-1738. (In Russian)
- 9 Kagan E.B. (2012). "Issledovanie i ocenka innovatsionnoj pozitsii promyshlennogo predpriyatiya kak faktora ego konkurentosposobnosti", *Dis. k.e.n.*, Chelyabinsk. (In Russian)
- 10 Kuzmina, O.Ye. (2012). "Vyyavleniye faktorov vliyaniya na pokazateli uslovy razvitiya deyatel'nosti malyykh predpriyatiy dlya otsenki innovatsionnogo potenciala", *Innovatsionnaya deyatel'nost*, Saratov, Vol.3, pp. 33-37. (In Russian)
- 11 Mukasheva S. (2011). "Analiz innovatsionnogo potenciala predpriyatij v RK", *Vestnik KazNU*, Tom 84, № 2, pp.86-95. (In Russian)
- 12 Rahmetulina ZH.B., Berzhanova A.M., Kulmaganbetova A.S. (2017). "Kazakhstan Respublikasynda gyshagyn zhane ortabiznes subektlerini innovatsionnyy faktorlar taldau", *Central Asian Economic Review*, Almaty, Vol.4 (117), pp.49-56. (in Kazakh).
- 13 Somenkova N.S. (2011). "Innovatsionnyy potencial promyshlennogo predpriyatiya", *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, № 3-1, pp.243-245. (In Russian)
- 14 Turgimbaeva A.N. (2008). *Innovatsionnyy risk: Ucheb. Posobie*, Almaty.
- 15 Shiryayeva Yu.S., Pertseva L.N., Lapshina E.N., Lapshin E.A. (2017) "Nekotorye podkhody k otsenke innovatsionnogo razvitiya predpriyatiya", *Kreativnaya ekonomika*, Vol.11. (8), pp.855-862. (In Russian)

РЕЗЮМЕ

В настоящее время инновации играют решающую роль в прогнозировании позиции организации в долгосрочной перспективе, определяют успех организации и поддерживают уровень конкурентоспособности. Это может быть достигнуто путем широкого применения современных инновационных технологий, стимулирующих действий и методик, которые появляются на рынке. Авторами статьи были определены факторы, формирующие инновационный потенциал предприятия. В статье представлен алгоритм оценки инновационного потенциала, разработанный на базе методики, в основе которой лежит комплексная оценка интегрального показателя.

SUMMARY

Nowadays, innovations play a crucial role in predicting an organization's position in the long term, determine the success of an organization, and maintain its competitiveness level. This can be achieved through the widespread use of modern innovative technologies, incentives and techniques that are emerging on the market. The authors of the article identified the factors that form the innovative potential of the enterprise. The article presents an algorithm for assessing the innovative potential, developed on the basis of the methodology, which is based on a comprehensive assessment of the integral index.

МРПТИ 06.35.31: УЧЕТ
JEL classification: M41, L21

INTERNAL CONTROL: NON-LINEAR VIEW

M.A. Zholayeva

PhD doctor, Acting Senior Lecturer
L.N.Gumilyov Eurasian National University
Astana, Kazakhstan
zholayeva_ma@enu.kz

ABSTRACT

Purpose – the main purpose professional standards require an auditor to obtain an understanding of a clients business, including its internal control. The author adheres to another, broader approach of the notion of non-linearity internal control. Unable to default to high control risk and perform only analytical and tests of balances procedures, an auditor is required to obtain the understanding, identify and evaluate risks of material misstatement due to fraud and error and link the risks to appropriate substantive procedures to prevent financial statements from being making it easier making it materially easier misstated. Understanding and documenting internal control is integral to this process, which is the formulation of an audit strategy and conclusion of the research paper.

Methodology – The internal control system, in which stimuli causes a backlash, with small impact on internal control system may cause big effects, should be recognized as nonlinear approach.

Originality/value – importance of work nonlinearity of is expressed in the complexity of the system of internal control, the prevalence of unsustainable, not deterministic ones processes, describes the development of internal controls with departures from sustainability facility, nonlinear nature of internal control, with lots of chaotic links.

Findings – main focus and findings of the article already in the not to distant future researchers will pay great attention to the study of nonlinear phenomena in internal control, especially in the audit. Economic activities will certainly lead to the adoption of the new governance system self-organizing nature of internal control, accounting systems based on non-linear thinking.

Keywords: control; framework for internal control; risk-focused approach; internal control system; risk-management

INTRODUCTION

In the era of digital changes, non-linear system replaces linear system, and this reflects on the internal control. The management depends on how management subject imagines the system that he manages. Understanding the difference between descriptions, models of systems helps to increase the possibility of managing the changes and their efficiency. There are only four control forces operating on the corporation to resolve the problems caused by a divergence between managers ' decisions and those that are optimal from society's standpoint. They are the

- capital markets,
- legal/political/regulatory system,
- product and factor markets, and
- internal control system headed by the board of directors.

For this reason, linear view: internal control systems of companies is important for managers of individual and organizational changes.

LITERATURE REVIEW

New York State Society of CPAs: CPA Journal, Internal Controls and Managing Enterprise-Wide Risk, by John Farrell, Securities and Exchange Commission: Management's Report on Internal Control Over Financial Reporting and Certification of Disclosure in Exchange Act Periodic Reports. Internal Controls for Small Businesses.

In modern literature the internal control, basically, discovers on the example of manufacturing enterprises. Individual works devoted to internal control in the companies. According to opinion of the U.B. Baimuratov [7], the internal control provides the real situation assessment, and makes the preconditions for changes introduction into planned indexes of entrepreneurship development. Internal control is one of the tools of management on making managerial decisions, providing trouble-free operation of the companies. Internal control helps to achieve tasks and goals, of long-term prospect as well as the operative management.

The founder of the cybernetics Norbert Wiener called the control feedback, presented on fig 1. [5], without which, the organization of efficient management between interacting elements, particles, and system, is impossible. The management consists of sub-systems, characterizing its content: informational support, the principle of feedback, purposefulness, human resources potential (management), mechanisms (forms and methods) of management. These peculiarities are characteristic only for self-management systems.

THE MAIN PART OF RESEARCH

Non-linearity describes fundamental and universal connections and relations between the objects. It can be called the opposition of the linearity. However, it is more difficult, as non-linearity crosses the principle of the superposition and gives nothing instead. The existing interpretations depend on what aspects of business are objects of internal control (synonym – intersystem, intraeconomic, intercompany).

Non-linearity is well described by Lorenz's Butterfly Effect. Lorenz studied the chaos theory. Here are two extreme reasons of non-linearity:

- Inherent – internal laws of the system:
- Infused – from the external environment

Speaking about the stable and non-stable state of the system, the sequence and chaos are meant. The first, indicates the predictability, the second indicates the opposite.

Between the power of influence and reaction of dissipative system exist a non-linear connection – in spite of great effort, the result may be insignificant. On the other hand, the weak signal in some conditions can self-accelerate and self-oscillation process occurs.

We suppose that such phenomena are possible because of positive (reinforcing) and negative (opposed) feedbacks. The structure of the system represents a set of feedbacks and the relation between them, which is described as self-organization. That is why the imposition to the non-linear system some plan of development can lead to unpredictable results, presented on Figure 1.

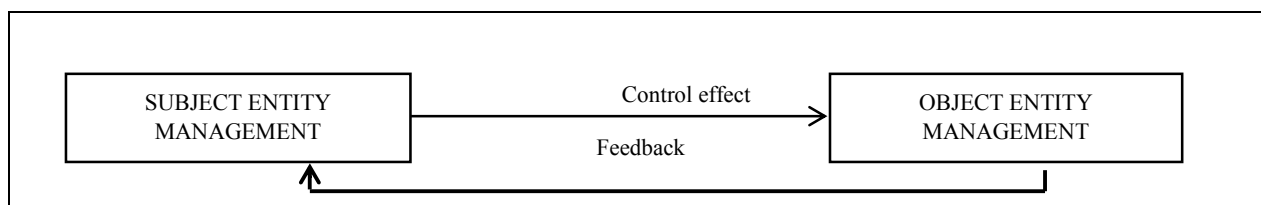


Figure 1 - General management scheme

Source - authors design

According to this scheme the efficient activity of the agent, increase of the class system level, conservation and accumulation of its property is defined by the level of creation of agent control construction. The order of management of agent, as every other management system, can be introduced as the sum of agent of management, control object and interconnection between them. Agent of management produces the control

action in form of commands, signals, transmitted to the control object. The control object perceives the control action and acts in accordance with the control message. That the object received the control action and reacted for it, the agent knows with the help of feedback. [6].

Internal control in its modern interpretation based on the principles of the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (follows as, COSO) published in the USA in 2006 in Internal Control-Integrated Framework [13]. The importance of this concept concludes in the basic ideas and key elements of internal control, the emphasis is placed on the responsibility of the administration of the company for its condition. According to the COSO model, the internal control is the process, built into the current activity of the company, providing by its managers and all personnel to achieve triad goals: productive and financial efficiency (operational goals), reliability of financial and managerial initial data (informational goals), and compliance of set requirements (compliance goals).

COSO described five interconnected elements of the internal control: control environment, risks assessment, control procedures, communication and information, monitoring. At the same time the internal audit included into the first and the fifth element of internal control. The role of special structural department was defined: the internal audit committee - the organ, implementing the monitoring on realization of control procedures, independent assessment of the system of the internal control and the recommendations generation. The model of the internal control system can be introduced as the following formula:

$$\text{Internal Control System(ICS)} = \text{Environment} + \text{Means} + \text{Procedures} \quad (1)$$

Most companies, publishing their documents, took as the basis the integrated concept of the internal control. In particular, London's and New York's stock exchanges. The admission of the rules as obligatory for the significant number of the companies, shares of which are quoted on the stock exchange of these countries, played the significant role for the recognition of internal control importance. The similar demands were set in many developed countries. One of consecutive institutes in implementation of the COSO conception was the Basel supervision committee (follows as – Basel committee). In 1998, Basel committee published a document "Framework for internal control systems in finance organizations" [12], which highlights that the system of the internal control is the required condition for efficient functioning of the banks and provision of stability of financial system. Three main goals to achieve for every company while creation the system of internal control coincides with those, defined in COSO concept. Basel committee suggested 13 principles, complying with which is necessary to achieve the proper internal control in financial organizations. These principles are grouped into five categories, complying to given by COSO, and one specific category – assessment of the condition of the internal control concept. On this basis, the focus in supervisory activities has shifted from monitoring the correctness of operations to risk assessment, analysis of the qualitative aspects of activities, financial condition and development prospects of companies. In august 2001 Basel committee prepared recommendations "Internal audit in finance company and the supervisor's relationship with auditors". Introduction of this document emphasizes that the proper internal control in finance companies must be supplemented by the efficient service of internal audit that indecently assesses the control systems of organizations [12].

Under the system of internal control in companies of the Republic of Kazakhstan we understand the organizational totality, including internal control directions, capturing the questions on company's subdivision activity organization, powers allocation, and limits compliance, monitoring, procedures of internal control, accomplished by the subjects of internal control in accordance with their competence. A three-level concept of internal control functions in business structures of Republic of Kazakhstan (Fig 3).

Internal control:

- *of the first (operational) level* is implemented by managers and the personnel of the department carrying out appropriate operation.
- *the second level* provides for the inspections from other departments and supervisors, who are responsible for activity of the given department.
- *The third level* provides for the inspections and independent assessments of the internal control conception by the service of head business auditor.

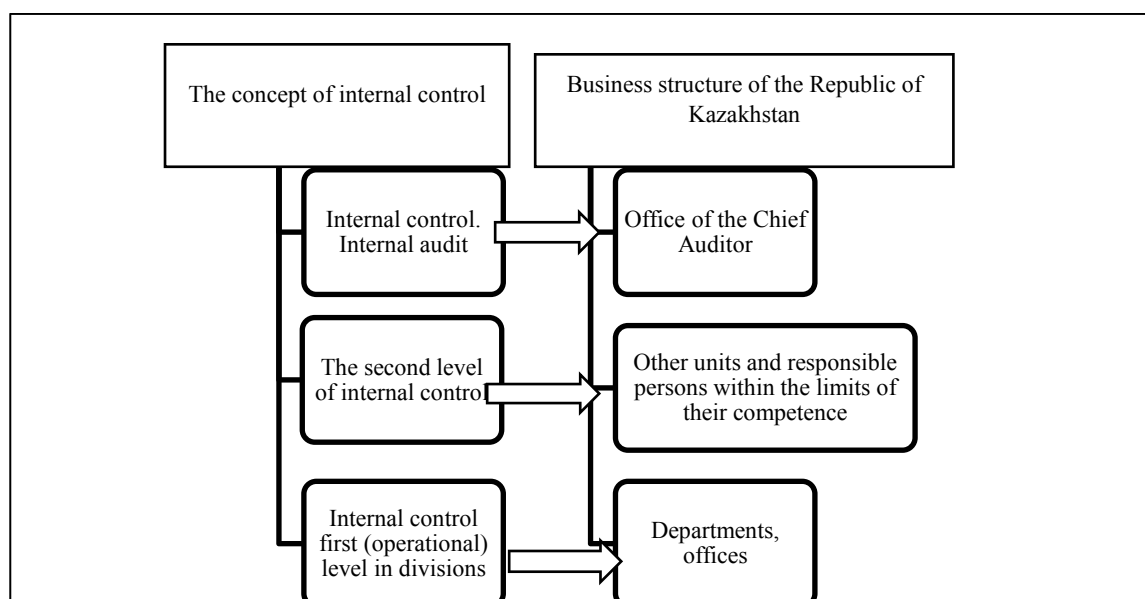


Figure 3 - A three-tier system of internal control within the business structures of the Republic of Kazakhstan
Source - authors design

The information about the results of internal control condition assessment is given by the service of head auditor to the chairman of the companies and managers of departments, in which the inspection (control) was executed. Taking into account that the unite concept of internal control, suitable for all departments, doesn't exist, The Resolution of the government №4 dated 1 February 2010, Agencies of the Republic of Kazakhstan on Regulation and Supervision of the financial market and financial organizations, provides the methods and main types of control procedures as well as typical structure on the basis of which each regional department develop its own order for implementation of internal control with regard to the particular conditions and business specific.

The progressive experience of regional departments of companies, where begun the pilot implementation of the internal control concept draws interest. For example, the management with the aim of organizational provision of the given direction of work, a special department has been established and the working group has been created to carry out activities connected with functioning and monitoring of the internal control system. Significant contribution in providing methodology and motivational readiness of the personnel was the internal control conception, developed in the head office of the company. It defines the main principles of the internal control concept, given in table 1.

Table 1. Principles of system of internal control

Principles	Consolidation	Consolidation of the responsibility to the managers of structural departments for productive processes and risks characteristic to it
	Involvement	Involvement of all employees within the framework of job responsibilities in the risk management, including identification, assessment, monitoring and regulation of risks
	Implementation	Implementation of the independent assessment of the internal control and the system of risks management by the special internal department.
Source -authors design		

One of the starting points of the concept is that the development of control procedures must begin with the identification and assessment of risks, so that the internal control system can respond to hazards in time, rather than becoming a formal verification of compliance with established requirements. For the purposes of classification and identification, six characteristic risks (operational risk, legal risk, reputational risk, credit risk,

market risk, management risk) and five types of resources (technological, managerial, property, information and personnel resources) were distinguished. The analysis showed that approximately 70–75% of internal risks are operational risks, most of which are related to human factor or problems with property income. In practice, all structural departments develop internal documents, establishing the procedure for managing risks caused not only by intraorganizational reasons, but by external factors as well. Risk classifiers are made, they identify possible risks for each activity, identify factors and possible consequences of their implementation, develop appropriate control procedures. Structural departments are charged with keeping risk classifiers up to date.

An analytical database is used as a universal monitoring tool, in which all structural departments permanently information about emerging risks and measures taken is recorded. Moreover, control procedures include not only measures to identify risks and eliminate their consequences, but also to prevent these risks in the future (development of rules, instructions, additional measures; appointment of responsible persons, personnel professional training, etc.). According to the results of universal monitoring, all structural units conduct self-assessment on a quarterly basis and make up a report on the condition of internal control systems, on the basis of which a specially designated unit analyzes and summarizes the situation, developing relevant internal documents and recommendations. This approach aimed at improving the order of risk management, it allows you to track the completeness of management procedures and customize the internal control system to solve new problems arising from changes in internal and external conditions of functioning. The analysis showed that a significant role in the formation of the internal control system in the regional departments of business structures is considered in Table 2.

Table 2. Formation of the internal control system of business

First	The appointment, depending on the scope and difficulty of the work performed in the regional departments of the company, of the department or authorized person, subordinate to the first manager, who are responsible for issues related to the implementation and general functioning of internal control. Special structural departments are necessary especially for the period of setting up and adjustment of internal control mechanisms;
Second	Establishing of the work group, along with the internal control department helps to structural divisions in methodology and organization, carries out the monitoring, the order of internal control and reacts promptly on the risks, appearing in structural divisions, excluding the repetitions.
Third	Occasional inspections of assessment and the arrangement of the internal control in structural divisions, aimed to more advanced conceptual approach to internal control organization.
Source - author's design	

THE RESULTS / CONCLUSIONS

The results of the work carried out, can be introduced on the Board of Directors of companies, and successful experience distributed to the structural divisions of departments of Kazakhstan companies. It is necessary to emphasize that the division of audit into external and internal is a historically important stage in the companies' development. At the same time, it is important that continuing to concentrate the audit, it is necessary to organize the arrangement and implementation of the internal control functions in structural divisions. Otherwise, external audit tasks will not be performed effectively enough. Owing to this, it is advisable to make amendment in the typical organizational structure of regional departments, including in it a division (department) of internal control.

Let us go into detail of one of the key factors of proper internal control - motivation. Its point is to encourage staff to work, aimed at achieving the goals of the organization through the organic inclusion of elements of internal control. In the end, in the center of control of any structure there are people on whom depends the productive implementation of decisions and planned work. Thus, in the United States, have gained acceptance the companies, known not only for financial and economic stability, but also a clear focus on the needs and interests of their employees, consumers, and society [14]. Another well-known fact is that well-established work with staff lies at the basis of the successful functioning of Japanese companies. We should admit that some employees, especially at the initial stage, perceive the work on creating and strengthening the internal control system as a formal, complicating activity that distracts from the main work. The word "control" itself causes negative emotions in many people, associated with restrictions, coercion, lack of independence, discipline and

subordination. Unnecessarily rigid or unsuccessfully designed concepts can lead to the fact that staff will only strive to meet the requirements of control, and not to achieve their goals. Owing to this, the formation of the control environment is of particular importance. The administration needs to promote the awareness of each employee of the strategy and methodology of internal control, to maintain the principles of corporate ethics (competence, integrity, confidentiality). Motivating factors are:

- opportunities for professional growth;
- systematic training and exchange of experience;
- maintaining a favorable psychological climate in the team.

Methods of material encouragement should be used depending on the results obtained and the progress towards the goals set. Such work should contribute to the fullest use of human resources for carrying out the tasks of the companies and their regional departments.

Thus, the main goal of the head of the organization is not the creation of a control system that would fully guarantee the absence of deviations, errors and inefficiencies in work, but a system that helped in a non-linear system to identify and eliminate them in a time, contributing to an increase in work efficiency. The basic principle of the organization of internal control lies in the fact that it is not necessary to concentrate on expert control of operations, but it is necessary to control how the process itself established, and works and changes during the nonlinear system.

We believe that in the not too distant future researchers will pay great attention to the study of nonlinear phenomena in internal control, especially in the audit.

Financial economists have a unique advantage in working on these control and organizational problems because we understand what determines value, and we know how to think about uncertainty and objective functions. This we have to understand even better than we do now the factors leading to organizational past failures (and successes): we have to break open the black box called the firm, and this means understanding how organizations and the people in them work. In short, we're facing the problem of developing a viable theory of organizations. To be successful we must continue to broaden our thinking to new topics and to learn and develop new analytical tools.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Баймуратов У. Деньги и финансы: нелинейная система: Научно-популярное издание. ТОМ 1. – Алматы: Экономика, 2005. -320с.
- 2 Дюсембаев К.Ш. Теория и эволюция аудита. Монография. Экономика баспасы.-Алматы 2012.с.694
- 3 Адезис И.К. Стили менеджмента эффективные и неэффективные. Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. —199с.
- 4 Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине.М.: Наука, 1983. 344 с.
- 5 Жолаева М.А. Роль внутреннего контроля в системе управления деятельностью страхового субъекта. Вестник КазНУ. Серия экономическая №4 (104). Алматы «Қазақ университеті» 2014, с.155-163.
- 6 “A Guideto the Sarbanes-Oxley Act,” Scott Green. Manager's Guide to the Sarbanes-Oxley Act: Improving Internal Controls to Prevent Fraud Hardcover – February 26, 2004.
- 7 COSO 'Enterprise Risk Management - Integrated Framework' 2004.
- 8 Colpert J. L. Bowen P. L, Compramision of Internal Controls: COB IT, SAC, COSO and SAS 55/78/ is Audit and control journal № IV p.26-35.
- 9 Dale M.Waleed S. Muhanna A. IT internal control weaknesses and firm performance: An organizational liability lens International Journal of Accounting Information Systems. Volume 12, Issue 4, December 2011, P. 280–304.
- 10 Internal Control – Integrated Framework, Committee on Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, New York: COSO, 2006, p.1-115.
- 11 Sharma P, The London Working Groups report on prudential Supervision of Insurance Undertakings, Conference of insurance supervisory services of the member states of the European Union 2002, p.1-112.

- 12 Baimuratov U. Harmony of economy and society. The paradigm of «D+3D», laws, and problems. Xlibris Bloomington, IN 2014. E-Book. p.353
- 13 Robert H. Montgomery, Revised by James Gershon. (20 May 1998). *Montgomery's Auditing*. New York, United States: John Wiley and Sons Ltd.
- 14 Deming E. (2000). Out of the crisis. The new paradigm for managing people, systems and processes. United States: MIT Press.
- 15 "Auditing Standard No. 5: An Audit of Internal Control Over Financial Reporting That Is Integrated with An Audit of Financial Statements". Public Company Accounting Oversight Board. Retrieved January 24, 2014.
- 16 Lie Dharma Putra. (2018). Effective Internal Controls for Small Medium Business. Copyright © 2018 Accounting Financial Tax. All rights reserved.
- 17 "Guidance for auditors of smaller public companies" (PDF). Public Company Accounting Oversight Board. January 23, 2009.
- 18 AGENCY: Securities and Exchange Commission. (June 20, 2007). *Commission Guidance Regarding Management's Report on Internal Control Over*. <https://www.sec.gov/rules/interp/2007/33-8810.pdf>: SEC Interpretive Guidance.
- 19 American Institute of Certified Public Accountants. (2014). *"Management Antifraud Programs and Controls"*. America: American Institute of Certified Public Accountants. (PDF).
- 20 Washington, D.C. (Jan. 23, 2009). PCAOB Publishes Staff Guidance on Auditing Internal Control Over Financial Reporting in Smaller Public Companies. PDF.
- 21 Zabihollah Rezaee, Richard Riley (2009). Financial Statement Fraud: Prevention and Detection, 2nd Edition. United states: Wiley

REFERENCES

- 1 Bajmuratov U. Den'gi i finansy: nelinejnaja sistema: Nauchno-populjarnoe izdanie. TOM 1. – Almaty: Jekonomika, 2005. -320s.
- 2 Djusembaev K.Sh. Teorija i jevoljucija audita. Monografija. Jekonomika baspasy.-Almaty 2012.s.694
- 3 Adezis I.K. Stili menedzhmenta jeffektivnye i nejeffektivnye. Per. s angl. — M.: Al'pina Biznes Buks, 2009. —199s.
- 4 Viner N. Kibernetika, ili upravlenie i svjaz' v zhivotnom i mashine.M.: Nauka, 1983. 344 s.
- 5 Zholaeva M.A. Rol' vnutrennego kontrolja v sisteme upravlenija dejatel'nost'ju strahovogo subjekta. Vestnik KazNU. Serija jekonomicheskaja №4 (104). Almaty «Kazak universiteti» 2014, s.155-163.
- 6 “A Guideto the Sarbanes-Oxley Act,” Scott Green. Manager's Guide to the Sarbanes-Oxley Act: Improving Internal Controls to Prevent Fraud Hardcover – February 26, 2004.
- 7 COSO 'Enterprise Risk Management - Integrated Framework' 2004.
- 8 Colpert J. L. Bowen P. L, Compramision of Internal Controls: COB IT, SAC, COSO and SAS 55/78/ is Audit and control journal № IV p.26-35.
- 9 Dale M.Waleed S. Muhanna A. IT internal control weaknesses and firm performance: An organizational liability lens International Journal of Accounting Information Systems. Volume 12, Issue 4, December 2011, P. 280–304.
- 10 Internal Control – Integrated Framework, Committee on Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, New York: COSO, 2006, p.1-115.
- 11 Sharma P, The London Working Groups report on prudential Supervision of Insurance Undertakings, Conference of insurance supervisory services of the member states of the European Union 2002, p.1-112.
- 12 Baimuratov U. Harmony of economy and society. The paradigm of «D+3D», laws, and problems. Xlibris Bloomington, IN 2014. E-Book. p.353
- 13 Robert H. Montgomery, Revised by James Gershon. (20 May 1998). *Montgomery's Auditing*. New York, United States: John Wiley and Sons Ltd.
- 14 Deming E. (2000). Out of the crisis. The new paradigm for managing people, systems and processes. United States: MIT Press.

15 "Auditing Standard No. 5: An Audit of Internal Control Over Financial Reporting That Is Integrated with An Audit of Financial Statements". Public Company Accounting Oversight Board. Retrieved January 24, 2014.

16 Lie Dharma Putra. (2018). Effective Internal Controls for Small Medium Business. Copyright © 2018 Accounting Financial Tax. All rights reserved.

17 "Guidance for auditors of smaller public companies" (PDF). Public Company Accounting Oversight Board. January 23, 2009.

18 AGENCY: Securities and Exchange Commission. (June 20, 2007). *Commission Guidance Regarding Management's Report on Internal Control Over*. <https://www.sec.gov/rules/interp/2007/33-8810.pdf>: SEC Interpretive Guidance.

19 American Institute of Certified Public Accountants. (2014). *"Management Antifraud Programs and Controls"*. America: American Institute of Certified Public Accountants. (PDF).

20 Washington, D.C. (Jan. 23, 2009). PCAOB Publishes Staff Guidance on Auditing Internal Control Over Financial Reporting in Smaller Public Companies. PDF.

21 Zabihollah Rezaee, Richard Riley (2009). Financial Statement Fraud: Prevention and Detection, 2nd Edition. United states: Wiley

РЕЗЮМЕ

В статье исследуется внутренний контроль с позиций нелинейного управления бизнеса. По этой причине рынок и обеспечение надежности, «прозрачности» и непрерывности в системе нелинейного управления бизнеса внутреннем контроле. Также, нелинейный взгляд к формированию внутреннего контроля, рассматриваются актуальные вопросы организации риск-ориентированного контроля бизнеса, анализируется роль системы внутреннего контроля в бизнес структур.

ТҮЙІН

Мақалада бизнесті басқаруда бейсызықтық тұрғысынан ішкі бақылау жүйесі зерттеледі. Сызықтық емес тұрғысынан бизнесті басқаруда ішкі бақылау жүйесінде "ашықтық" және үздіксіздік, сенімділікпен қамтамасыздандыруға байланысты нарыққа әсер етеді. Сондай-ақ, бизнес-құрылымдарда ішкі бақылау жүйесінің ролі талданады, бизнестің ішкі бақылауында тәуекелге-бағдарланған өзекті мәселелерін ұйымдастыру пысықталады, ішкі бақылаудың қалыптасуына бейсызықтық көзқарас межеленеді.

JEL classification: C22: Time-Series Models; D39: Other

**IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS
TO THE INCOME OF COMPANIES**

D.T. Saparaliyev,

PhD student,

Narxoz University,

Almaty, The Republic of Kazakhstan

L.S. Spankulova,

Doctor of Economics, Professor

Almaty Technological University,

Almaty, The Republic of Kazakhstan

S.Joshibayev

Doctor of Medical Sciences., professor,

LLP "Research-Clinical Center for Cardiac Surgery and Transplantology"

Taraz, The Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – The purpose of the study is to investigate the impact of innovation and new technologies on indicators of financial performance in a private medical center. For this, the study will analyze the current state of cardiac surgery and cardiology center LLP "Zhanuya" based on quantitative analysis.

Methodology – The statistical method, regression - correlation analysis, general scientific methods of analysis and synthesis are used to achieve study's goal.

Originality/value – One of the most important factors in improving the competitiveness of an institution is the introduction of innovations, although the assessment of the impact of innovations is a problem due to the complexity of isolation and measurement. In addition, health care institutions are faced with a growing need for innovation in order to become competitive and offer new treatments for patients.

Conclusions – The article considers the data of the medical institution LLP "Zhanuya" which provides cardiological and cardiac surgical medical care to the population of the Republic of Kazakhstan and outside the republic.

According to the results of the study, it can be argued that the successful development of private medical centers requires the development of technological innovation and, therefore, intellectual capital - the knowledge, skills and production experience of employees that are interconnected.

The organization should also have long-term and short-term assets and close cooperation with the state, which makes it possible to expand the areas of profitable investment of its capital.

Keywords – innovation, new technologies, competitiveness, education, R&D.

INTRODUCTION

Relevance of the research topic. In today's society, innovations are an indispensable element of the functioning of the economy, where without the innovation component it is impossible to achieve effective development of the production and non-production areas of the economy. In the 21st century, the development and introduction of innovative technologies in the areas of production and circulation, new ways of organizing and managing enterprises have become key factors in market competition, a strong means of increasing efficiency and improving the quality of goods and services [1].

This requires the formation of a new mechanism of social development based on new requirements for human potential, consumed resources and provided services.

One of the important conditions for such transition is the development and formation of the economy of knowledge and high technologies, to which such spheres as education, high-tech medicine, research and development, which develop and implement innovations, are related. Without the introduction of innovations in these segments of the services market, it is impossible to achieve the main mission of the innovation policy - raising the quality of life of the population. At present, in global terms, the problems of interaction and interpenetration of the processes of innovative development in different sectors of the economy (including services) and the quality of life of the population of the state are important and widely discussed [2-4]. From a practical point of view, this work can help private medical centers make more effective decisions regarding the development of their innovation policies.

MAIN PART

The relationship between innovation and productivity and the extent to which the former determines the latter has been the subject of several studies over the past few years [5-7].

Innovation is the creation and adoption of new ideas or, generally speaking, something new. Innovation may be a direct result of managerial choices or may be imposed by external conditions. Organizational studies provide insights into the role of innovation in managing system-wide problems, such as adaptation to the environment, the ability to allocate resources for innovative (or operational) programs or activities, as well as overall organizational results and effectiveness [8].

Innovation in health care depends on the characteristics that flow from its unique nature, in addition to its status as a public organization (public health unit). This is a more complicated process due to the fact that innovative methods must be tested before their continuous implementation, and their adoption must be regulated by laws [9].

In our opinion, the strategic trends of the innovation development of the service sector institutions and its structural components are created in accordance with the types of innovations identified according to the areas of implementation. We believe that the following groups of innovations are peculiar to the services sector (Table 1).

Table 1. Definition of Innovation Groups

№	Innovation groups	Definition
1	Technological innovations	the provision of new services, the release of new related products due to innovations in technology services, the introduction of new equipment
2	Service innovations (service innovations)	increase in consumer value of services, differences in structure and set of services provided, improvement in quality characteristics of services
3	Organizational and managerial innovations	improvement of business processes, the introduction of new control methods, decision making, application new information and communication resources in service industries
4	Socio-economic innovations	correction of social, economic and legal the criterion for the functioning of service enterprises, contributing to improving working conditions and increasing quality of life of the population
5	Financial innovations	formation of new financial instruments and technologies of financing and attraction of investment in the service industry
Note - compiled by the authors based on the source [9]		

Oslo Manual says that for data collection purposes, it is important that innovations are clearly distinguished for one type of innovation, although this can sometimes be difficult because some innovations have characteristics that span more than one type. The impact of innovation on firm performance can range from sales growth to increased productivity and efficiency. It is important to identify innovations and the type of innovations that succeed in increasing the efficiency of a company, since they are central to the future development of a company's policy [10].

The models of P.Romer and R.Lukas are the beginning of the theory of endogenous growth, which included their own arguments and prerequisites for a non-decreasing return on capital [11].

The Romer model develops the The Romer model develops the Arrow model, in which a production function of the following form was formulated:

$$Y_i = A(K) F(K_i, L_i) \quad (1)$$

where i is the firm index [12].

In this model, the level of technological development depends on the total capital stock in the economy. The production function in the Romer model is written as follows:

$$Y_i = A(R) F(R_i, K_i, L_i) \quad (2)$$

where R_i is the research and development results of private company i [13].

The sources of growth in the model are knowledge and learning by personal experience; these factors underlie the increasing return on capital. An enterprise, increasing its capital, is learning to produce most efficiently. Training on your own experience is accomplished through the investment of the company. The model also implies that the knowledge of each company is represented by a public good, access to which any company is able to have at no cost.

The models described earlier provide a convincing explanation of endogenous growth based on an investment in capital in a broad sense. Nevertheless, according to the view of D. Grossman and E. Helpman, pointing to the sources of growth, they cannot explain the mechanism, which are innovations. The Grossman and Helpman model was the first endogenous growth model to link technological progress with innovation activity and innovation. The model of Grossman and Helpman goes back to the work of J. Schumpeter, in which he introduced the concept of "innovation", and also laid down the basic principles of the theory of creative destruction, based on the innovative activities of entrepreneurs [14, 15].

METHODS AND STRUCTURE OF THE STUDY

Statistical method and regression-correlation analysis are used. Using the GRETL data analysis toolkit using the ARIMA model and the maximum likelihood method, correlation and determination coefficients are identified based on secondary data (40 observations) for the years 2008-2017.

RESEARCH RESULTS

Income of the company was used as a dependent variable, and key indicators affecting income were used such variables as: *Innovation in medical services, Organizational innovation, Technological innovation, Education, R&D, Dollar exchange rate, Inflation index, Operations, Cash-in-flow budget, Long-term assets, Short-term assets.*

Before conducting a correlation-regression analysis, we conducted statistical tests for the presence of autocorrelation and for the normal distribution of errors in Table 2.

Table 2. The results of diagnostic testing

Test	Statistics test	p-value
Model I		
LM test for autocorrelation presence Null hypothesis: autocorrelation is missing	$X^{2(2)} 0,597$	
Test for normal error distribution Null hypothesis: errors are distributed according to the normal law	$X^{2(2)} 3,885$	0,143
Model II		
LM test for autocorrelation presence Null hypothesis: autocorrelation is missing	$X^{2(2)} 1,020$	
Test for normal error distribution Null hypothesis: errors are distributed according to the normal law	$X^{2(2)} 1,998$	0,368
Model III		
LM test for autocorrelation presence Null hypothesis: autocorrelation is missing	$X^{2(2)} 3,206$	
Test for normal error distribution Null hypothesis: errors are distributed according to the normal law	$X^{2(2)} 10,580$	0,005
Note - the table is compiled by the authors on the basis of data of enterprises		

As can be seen from Table 2 for the LM test, there is no autocorrelation in the three models, which means that the errors of the regression model will not lead to a deterioration in the quality of the estimates of the regression parameters, as well as to an overestimation of the test statistics by which the quality of the model is checked.

Checking the variables for a test for the normal distribution of errors showed that in all models the distribution according to the exponential law with intensity μ is performed.

As can be seen from Table 2 in our model, all the coefficients are significant and therefore can be proceeded to the evaluation of the model.

In a normal normal distribution, a simple dependence and a rather rigid form a linear form, i.e. dependency type:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_px_p \quad (3)$$

It is important to determine whether all variables should be added to the equation or whether there are variables that do not have a significant effect on Y, and that they should not be added to equation (3).

To solve this, a table was created consisting of pairs of correlation coefficients for all factors.

Table 3. Correlation Matrix

	Income_of_the_company	Innovationinmedicalservices	Introductionnewtechnology	Organizational innovation	Technological innovation	Education	RD	Dollar_exchange rate	Inflation_index	Operations	Cashinflowbudget	Longtermasset	Shorttermassets
Income of the company	1												
Innovation in medical services	0,6719	1											
Introduction new technology	0,6508	0,9572	1										
Organizational innovation	0,7685	0,5859	0,6000	1									
Technological innovation	0,7689	0,4747	0,4776	0,9385	1								
Education	0,6503	0,5391	0,5335	0,6047	0,4984	1							
R&D	0,5056	0,3053	0,3144	0,4383	0,4984	0,3372	1						
Dollar exchange rate	0,7161	0,9375	0,9099	0,6526	0,5425	0,5347	0,3890	1					
Inflation index	-0,2454	-0,0931	-0,0659	-0,2152	-0,2091	-0,1335	-0,0634	0,0549	1				
Operations	0,6788	0,6382	0,6427	0,5614	0,5586	0,3655	0,4095	0,6894	-0,0940	1			
Cash-in- flow budget	0,6866	0,3063	0,2892	0,2892	0,8913	0,4287	0,3775	0,3826	-0,2283	0,4697	1		
Long-term assets	0,8204	0,7260	0,7050	0,8074	0,7496	0,7914	0,4477	0,7275	-0,2292	0,4175	0,5770	1	
Short-term assets	0,3408	0,2372	0,2233	0,4602	0,4298	0,3793	0,3355	0,2774	-0,0325	0,1687	0,1082	0,4231	1
Note - the table is compiled by the authors on the basis of data of enterprises													

According to Table 3, the coefficients are closely related to the income of the company coefficient, (the correlation coefficients, respectively, from 0.82 to 0.34, respectively) and the negative effect (-0.24).

In accordance with the above, let us compose the regression statistics in Figure 1.

Regression Statistics	
Plural R	0,959946751
R-square	0,921497765
Normalized R-squared	0,885265964
Standard error	0,128807553
Observations	40

Figure 1 - Regression Analysis

As can be seen from the figure, the coefficient $R^2 = 0.92$ i. means strong correlation. When evaluating regression models, this is interpreted as matching the model with the data.

We can check the importance of these factors through the GRET program. For this, we have divided the factors into three models shown in Table 4.

Table 4. Model ARIMA (exact MP method)

Variables	ARIMA models, used observations of 2008:1-2017:4 (T = 40)		
	I	II	III
Const	0,0000 *** (0,167)	1,65e-061 *** (0,384)	0,1913 (1,299)
Innovationinmedicalserves	0,7834 (0,025)	0,4527 (0,020)	
Introductionnewtechnology	0,9332 (0,014)	0,5012 (0,012)	
Organizational innovation	0,4965 (0,092)	0,7687 (0,093)	
Technological innovation	0,0184 ** (0,046)	0,1519 (0,049)	0,0029 *** (0,048)
Education	0,0238 ** (0,012)	0,0056 *** (0,014)	0,4605 (0,013)
RD	0,6777 (0,014)	0,9447 (0,16)	
Dollar_exchange rate	0,0399 ** (0,001)	0,4524 (0,0009)	
Inflation_index	0,0881 * (0,133)	0,1277 (0,127)	
Operations		0,0592 * (0,233)	1,15e-06 *** (0,231)
Cashinflowbudget			6,58e-05 *** (0,034)
Longtermasset			2,41e-05 *** (0,158)
Shorttermassets			0,0134 ** (0,011)

Note - the table is compiled by the authors on the basis of data of enterprises

As can be seen from the calculations in the first model, we see that companies' income is influenced by such factors as Technological innovation, Education and Dollar exchange rate at the level of 0.01% and Inflation index at the level of 0.5%. This is explained by the fact that technological innovations and knowledge in medicine today are connected with the latest technologies of the diagnostic and treatment process, with the creation of more advanced medical equipment and the provision of completely new medical services to the population [16]. Significance of factors such as Dollar exchange rate and Inflation index is determined by the fact that 100% of medical equipment and 90% purchased medicines and medical products of LLP "Zhanuya" are foreign-made.

In the transition from one model to another, Operations variable and such variables as Technological innovation, Dollar exchange rate, Inflation index lose their significance, and the significance of the influence of the Education variable increases on the final estimate of the estimated parameter at the level of 0.001%.

In the third model, we remove some factors from the study and add others, such as Cash-in-flow budget, Long-term assets, Short-term assets. It was determined that these variables significantly affect the final assessment of the estimated parameter at a significance level of 0.001% and 0.01% with a positive effect. However, with the inclusion of these interaction variables, Education loses its significance, and the variables Technological innovation and Operations become significant at the 0.001% significance level also with a positive effect on the parameter being assessed.

CONCLUSION

Medical organizations need a developed infrastructure - these are equipment, availability of qualified medical personnel and the creation of conditions for the introduction of innovations, which are also priority aspects of the development of new technologies.

The costs of medical institutions for education and staff development have an important impact on the introduction of innovation in the company. So, as is the development of medical technology, scientific advances related to obtaining high-quality treatment, optimal management of processes in the medical industry, with the creation of new medical products, technologies or services that have competitive advantages.

As indicated in the Romer model, the level of technological development depends on the total capital stock. That is to say that in order to increase the profitability of companies we require long-term and short-term assets, as well as close interaction with the state, which is confirmed by empirical research.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Алабугин А.А. Совершенствование методологии управления развитием предприятий сферы услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Экономика и менеджмент. – 2011. – № 41 (258). – С. 99–105.
- 2 Потороко А.В., Окольнішнікова И.Ю. Управление объемами продукции на предприятиях оптово-розничной сети с целью оптимизации затрат предприятий сферы услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2012. – № 30. - С. 184-186.
- 3 Токманев С.В., Кузменко Ю.Г. Развивающиеся системы логистического управления запасами в сфере оптово-посреднических услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Экономика и менеджмент. – 2012. – № 44. – С. 160–163.
- 4 Яковлева Н.В. Инновационная инфраструктура как основной элемент сферы услуг современной экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Экономика и менеджмент. – 2011. – № 41 (258). – С. 95–98.
- 5 Dias, C., & Escoval, A. Improvement of hospital performance through innovation: Toward the value of hospital care. The Healthcare Manager. - № 32. – 2013. - p. 129–140.
- 6 Irwin, J. G., Hoffman, J. J., & Lamont, B. T. The effect of the acquisition of technological innovations on organizational performance: A resource-based view. Journal of Engineering and Technology Management. – 1998. - № 15. - p. 25–54.
- 7 Naranjo-Gil, D. The influence of environmental and organizational factors on innovation adoptions: Consequences for performance in public sector organizations. Technovation. - 2009. – № 29. - p. 810–818.
- 8 Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. A review of innovation research in economics, sociology and technology management. Omega. - 1997. - № 25. - p. 15–28.
- 9 Herzlinger, R. E. Why innovation in healthcare is so hard. Harvard Business Review. - 2006. - № 84(5). - p. 1–9.
- 10 OECD. (2005). Oslo manual - Guidelines for collecting and interpreting innovation data”. (3rd ed.). OECD Publishing and Eurostat, Retrieved September 2. – 2014. - from http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en

- 11 Lucas R. On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*. – 1988. - vol. 22. - p. 3–42.
- 12 Arrow K. Economic welfare and the allocation of resources for invention, in: Nelson, R. (ed.), *The Rate and Direction of Inventive Activity*, Princeton University Press. – 1962. - p. 609–625.
- 13 Acs Z., Varga A. Geography, endogenous growth, and innovation. *International Regional Science Review*. – 2002. - vol. 25 (1). - p. 132–148.
- 14 Grossman G.M., Helpman E. *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge: MIT Press. – 1991. - p. 384
- 15 Schumpeter J. A. *Capitalism, socialism, and democracy*. Routledge, London. – 1942. - p. 460
- 16 Сапаралиев Д.Т., Спанкулова Л.С. Проблема инноваций и новых технологий в медицине // Материалы Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и образования в условиях Четвертой промышленной революции». – 2018. - С.172-175.

REFERENCES

- 1 Alabugin A.A. Sovershenstvovanie metodologii upravleniya razvitiem predpriyatii sfery uslug // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. – Seriya: Ekonomika i menedzhment. – 2011. – № 41 (258). – p. 99–105.
- 2 Potoroko A.V., Okol'nishnikova I.Yu. Upravlenie ob'emami produktsii na predpriyatiyakh optovoroznichnoi seti s tsel'yu optimizatsii zatrat predpriyatii sfery uslug // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Ekonomika i menedzhment. – 2012. – № 30. p. 184-186.
- 3 Tokmanev S.V., Kuzmenko Yu.G. Razvivayushchiesya sistemy logisticheskogo upravleniya zapasami v sfere optovo-posrednicheskikh uslug // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. – Seriya: Ekonomika i menedzhment. – 2012. – № 44. – p. 160–163.
- 4 Yakovleva N.V. Innovatsionnaya infrastruktura kak osnovnoi element sfery uslug sovremennoi ekonomiki // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. – Seriya: Ekonomika i menedzhment. – 2011. – № 41 (258). – p. 95–98.
- 5 Dias, C., & Escoval, A. Improvement of hospital performance through innovation: Toward the value of hospital care. *The Healthcare Manager*. – 2013. - № 32. - p. 129–140.
- 6 Irwin, J. G., Hoffman, J. J., & Lamont, B. T. The effect of the acquisition of technological innovations on organizational performance: A resource-based view. *Journal of Engineering and Technology Management*. – 1998. - № 15. - p. 25–54.
- 7 Naranjo-Gil, D. The influence of environmental and organizational factors on innovation adoptions: Consequences for performance in public sector organizations. *Technovation*. - 2009. – № 29. - p. 810– 818.
- 8 Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. A review of innovation research in economics, sociology and technology management. *Omega*. - 1997. - № 25. - p. 15–28.
- 9 Herzlinger, R. E. Why innovation in healthcare is so hard. *Harvard Business Review*. - 2006. - № 84(5). - p. 1–9.
- 10 OECD. (2005). *Oslo manual - Guidelines for collecting and interpreting innovation data*”. (3rd ed.). OECD Publishing and Eurostat, Retrieved September 2. – 2014. - from http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en
- 11 Lucas R. On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*. – 1988. - vol. 22. - p. 3–42.
- 12 Arrow K. Economic welfare and the allocation of resources for invention, in: Nelson, R. (ed.), *The Rate and Direction of Inventive Activity*, Princeton University Press. – 1962. - p. 609–625.
- 13 Acs Z., Varga A. Geography, endogenous growth, and innovation. *International Regional Science Review*. – 2002. - vol. 25 (1). - p. 132–148.
- 14 Grossman G.M., Helpman E. *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge: MIT Press. – 1991. - p. 384

15 Schumpeter J. A. Capitalism, socialism, and democracy. Routledge, London. – 1942. - p. 460

16 Saparaliyev D.T., Spankulova L.S. Problema innovatsii i novykh tekhnologii v meditsine // Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Problemy i perspektivy razvitiya ekonomiki i obrazovaniya v usloviyakh Chetvertoi promyshlennoi revolyutsii». – 2018. - p.172-175.

РЕЗЮМЕ

Согласно результатам исследования можно утверждать о том, что для успешного развития частных медицинских центров необходимо развитие технологических инновации и соответственно интеллектуальный капитал — знания, навыки и производственный опыт сотрудников которое взаимосвязаны между собой. Также иметь долгосрочные и краткосрочные активы и тесное сотрудничество с государством, что дает возможность расширить сферы выгодного приложения своего капитала.

ТҮЙІН

Зерттеу нәтижелеріне сәйкес, жеке медициналық орталықтардың табысты дамуы үшін технологиялық инновацияны және сәйкесінше зияткерлік капитал — қызметкерлердің білімі, дағдылары мен өндірістік тәжірибесі өзара байланысты болуы қажет деп айтуға болады. Сондай-ақ ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді активтерге ие болу және мемлекетпен тығыз ынтымақтастық жасау, бұл өз капиталын тиімді қолдану аясын кеңейтуге мүмкіндік береді.

УДК (UDC)
JEL classification L2

ANALYSIS OF THE MOST EFFECTIVE FORMATS FOR AN INTERNET MARKETING PROJECT IN KAZAKHSTAN

B. Bekmurzayev

PhD student

M. Spanov

Full doctor, professor

Kazakh National University

Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

The analysis of the effectiveness of various types of advertising on the Internet has been made, including the most effective type - search advertising. The calculation of absolute and relative indicators of the use of search engines by users of Kazakhstan using various types of devices was made. The results of the analysis are the basis for choosing the most optimal ways and directions for the development of Internet marketing as part of the implementation of relevant projects in various market sectors.

Purpose of the study. The main objective of the study is to analyze and identify the most effective ways of advertising in the network, ensuring stable competitiveness of participants in economic relations in the transition from traditional methods to electronic formats to attract customers.

The research was aimed at solving a number of problems united by a common, main research issue: an analysis was made of the state and dynamics of indicators of the potential market for Internet search advertising in various fields of activity and the ratio of market shares that provide services in search advertising.

The development trends of the global markets and the advertising market in Kazakhstan were analyzed, and on the basis of a comparative analysis of data from various search engines, the features and distinctive features of business entities involved in the search advertising market and using it actively as a means to promote their own business are considered. The principles of evaluating the effectiveness and coverage of the project model of contextual advertising, applicable for a wide range of participants in economic relations, using various forms of advertising on the Internet.

Research Methodology – In the process of research, general scientific methods, such as analysis, synthesis, induction, deduction and comparison, are applied. A special method of quantitative analysis is also actively involved, including the grouping of primary data and statistical observation.

Originality / value – The scientific value of this work is due to the development and growth of the global Internet advertising market, as well as the substantial spread of the principles of project management in Internet marketing. Based on the statistical observation method, an assessment is made of the effectiveness of search engines in Kazakhstan and the differentiation of users and subjects involved in this area, including the type of devices they use.

Conclusions – The results of the study allow us to conclude about the promise of ways to conduct advertising campaigns in search networks. One of the most relevant methods is the use of search contextual advertising. The search engine "Google", taking into account a number of aggregate indicators, today has the highest efficiency in terms of marketing when compared with other companies operating in the market. The prevalence and special dynamics of growth in the use of mobile devices among users suggests that advertising for this type of device is the most important and relevant activity in the organization of advertising companies and organizations.

Keywords – search advertising, Internet projects, contextual advertising, project management, Internet marketing, project model of advertising, advertising company in the Internet.

АНАЛИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ФОРМАТОВ ДЛЯ ПРОЕКТА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ В КАЗАХСТАНЕ

Б.Б. Екмурзаев

докторант PhD

М.У. Спанов

Д.Э.Н., профессор

Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби

Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Осуществлен анализ эффективности различных видов рекламы в интернете, в том числе наиболее результативного вида - поисковой контекстной рекламы. Произведен расчет абсолютных и относительных показателей долей применения поисковых систем пользователями Казахстана, использующих различные виды устройств. Результаты анализа являются основой для выбора наиболее оптимальных способов и направлений развития интернет-маркетинга в рамках реализации соответствующих проектов в различных секторах рынка.

Цель исследования – Главная задача проведенного исследования заключается в анализе и выявлении наиболее эффективных способов рекламы в сети, обеспечивающих стабильную конкурентоспособность участников экономических отношений при переходе от традиционных методов к электронным форматам для привлечения клиентов.

Исследовательская работа была направлена на решение ряда задач, объединенных общей, основной проблематикой исследования: осуществлен анализ состояния и динамики показателей потенциального рынка поисковой интернет-рекламы в различных сферах деятельности и соотношение долей участников рынка, предоставляющих услуги в поисковой рекламе.

Проанализированы тенденции развития общемировых рынков и рынка рекламы в Казахстане, а также на основе сравнительного анализа данных различных поисковиков рассмотрены особенности и отличительные черты хозяйствующих субъектов, вовлеченных в сферу рынка поисковой рекламы и использующих ее активно как средство продвижения собственного бизнеса. Выявлены принципы оценки результативности и охвата проектной модели контекстной рекламы, применимой для широкого круга участников экономических отношений, использующих различные формы рекламы в интернете.

Методология исследования – В процессе исследования применены общие научные методы, такие как анализ, синтез, индукция, дедукция и сравнение. Также активно задействован специальный метод количественного анализа, включающий группировку первичных данных и статистическое наблюдение.

Значение исследования – Научная ценность данной работы обусловлена развитием и ростом глобального рынка интернет рекламы, а также существенным распространением принципов проектного управления в интернет-маркетинге. На основе метода статистического наблюдения дана оценка эффективности поисковых систем на территории Казахстана и дифференциации пользователей и субъектов, вовлеченных в данную сферу, в том числе по типу используемых ими устройств.

Выводы – Результаты исследования позволяют сделать вывод о перспективности способов ведения рекламных компаний в поисковых сетях. Одним из самых актуальных методов является применение поисковой контекстной рекламы. Поисковая система "Google" с учетом ряда совокупных показателей на сегодняшний день обладает наиболее высокой эффективностью с точки зрения маркетинга при сравнении с другими компаниями, действующими на рынке. Распространенность и особая динамика роста использования мобильных устройств среди пользователей позволяет сделать вывод, что реклама для данного вида устройств является самым важным и актуальным направлением деятельности при организации рекламы компаний и организаций.

Ключевые слова – поисковая реклама, интернет-проекты, контекстная реклама, проектный менеджмент, интернет-маркетинг, проектная модель рекламы, рекламная компания в интернете.

Устойчивые тенденции развития и распространения информационных технологий, проведение исследований в сфере маркетинга, организации, контроля результатов и развития рекламных компаний должны быть ориентированы на получение актуальных показателей результативности рекламы для улучшение способов и методов оценки ее эффективности.

Значение информационных технологий в современном мире трудно переоценить и в последние десятилетия и годы тенденция вовлечения все большего количества активных пользователей ресурсов в сети усиливается. Она влияет на все сферы общественной жизни, но наибольшее влияние оказывает на различные сегменты экономических взаимоотношений, в том числе на отношения бизнеса с покупателем. Устойчивые и усиливающиеся позиции электронных форматов маркетинга объективно обоснованы, так как позволяют решать целый спектр проблем, снимают ограничения, которые присущи традиционным способам распространения информации о товарах и услугах с привлечением традиционных форматов рекламы. Скорость распространения сведений в Интернете и круг лиц, вовлеченных в сферу действия подобной информации, несопоставимы с возможностями СМИ, радио и телевидения. Все это в совокупности способствует укреплению популярности рекламы в сети, использующейся представителями различных сфер и направлений коммерческой деятельности.

Применение способов и особенностей интернет-маркетинга позволяет привлечь максимально возможное количество лиц, потенциально заинтересованных в услуге или товаре, являющихся предметом продвижения, при существенно меньшем количестве ресурсов, затрачиваемых компанией на проведение рекламной компании. Этому способствуют не только вышеуказанные тенденции к увеличению количества пользователей, но также и постоянным совершенствованием пользовательского опыта взаимодействия и уровня комфорта, повышением его доступности, что превращает его в уникальный инструмент для достижения основополагающих целей коммерции – то есть представляет выгодное и эффективное решение для проникновения на рынок с растущей аудиторией[1].

Таблица 1. Динамика изменения количества пользователей в Казахстане

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Доля пользователей сети в возрасте 6-74 лет	50,6	61,9	63,3	63,9	72,9	76,8	78,8
доля пользователей сети в возрасте 6-15 лет	55,8	32,0	42,5	43,6	53,1	62,1	67,9
доля пользователей сети в возрасте 16-74 лет	49,5	67,9	67,6	68,1	77,2	80,2	81,5

Из приведенных данных (Таблица 1) следует вывод, что количество пользователей в Казахстане постоянно и неуклонно увеличивается. Важно отметить, что такая тенденция характерна для людей самых разных возрастных групп и в последнее время растет в основном за счет старшего поколения, что свидетельствует о широком охвате различной по возрастному составу аудитории потенциальных потребителей товаров и услуг. В период с 2010 года по 2017 год (всего за шесть лет) процентные показатели в данной категории субъектов экономических отношений увеличились более чем на 30 процентов и достигли 81,5%[2], что позволяет сделать вывод о стремительности развития рынка интернет-услуг и потенциальной результативности компаний и производств, использующих способы продвижения в интернете.

Одним из важных преимуществ данного типа рекламных компаний является снижение расходов по сравнению с рекламой в традиционных СМИ. Процесс создания буклетов, роликов на телевидении затратен не только с финансовой точки зрения, но и требует времени, дополнительных действий по распространению, хранению физических носителей и других сопутствующих мероприятий, повышающих расходы. В связи с этим интернет-реклама также представляет собой наиболее оперативный

способ представления своих товаров и услуг широкой аудитории, активность и вовлеченность которой с течением времени будет только повышаться[3].

Степень распространенности интернета и его возрастающее значение в экономике и жизни общества вынуждает компании изучать и использовать новые способы организации и ведения рекламных компаний, чтобы сохранять и улучшать уровень конкурентоспособности в своей нише.

Насыщенное информирование потенциальных клиентов об услугах и товарах закономерно привело к снижению уровня эффективности рекламы. Все большее количество организаций вынуждены менять, в том числе кардинально, принципы организации рекламных кампаний, связанных с успешным продвижением продуктов на рынке.

К числу таких способов, безусловно, следует отнести внедрение интернет маркетинга. Его особые позиции на рынке рекламы объясняются тем, что он направлен на быстрое сокращение имеющейся дистанции между рекламодателем и потенциальным клиентом, а также благодаря его потенциальному воздействию на узкие таргетированные круги аудитории, которая может быть заинтересована в получении дополнительной информации, изучении и приобретении конкретного товара, рекламируемого данной компанией.

Очевидно, что уровень эффективности в таком случае существенно повышается и приносит больший доход при меньших затратах на рекламу. Сочетание таких факторов благоприятно сказывается на распространении и повышении спроса на различные формы, методы и возможности электронного маркетинга.

Организация рекламы в интернете также обладает особым функционалом и гибкостью, не доступной в такой степени для традиционных каналов рекламы. Рекламодатель здесь может анализировать эффект от проведения рекламной кампании и оперативно реагировать на изменения в состоянии и динамике продвижения товара или услуги, корректировать, дополнять и иным образом адаптировать различные аспекты и доступные метрики. Возможность постоянно анализировать эффективность проведенных действий рекламного характера в режиме реального времени позволяет повышать эффективность рекламы как в целом, так и отдельных ее составляющих. Имея полную информацию о разовых и повторных посещениях сайта клиентами, соотношении между количеством кликов по рекламным объявлениям и просмотрам (показатель CTR) с использованием различных инструментов маркетинга, можно делать качественный анализ и оценку рекламной компании организации, с разбивкой по географическим и социальным признакам. Это позволяет маркетологам определить, что работает для их конкретного рынка, и своевременно вносить изменения в свои маркетинговые стратегии.

Таким образом, наиболее существенными преимуществами рекламы в интернете являются широкий круг целевой аудитории, обеспечение оперативной обратной связи от потенциальных клиентов, сравнительно более низкая стоимость и гибкость организации и проведения рекламных компаний. Все это в совокупности создает преимущества и лучшую экономическую эффективность в продвижении продуктов и услуг[4].

Активное вытеснение с рынка рекламы телевидения ввиду вышеперечисленных безусловных преимуществ интернет-рекламы для бизнеса, на сегодня можно с уверенностью назвать общемировой тенденцией.

Согласно данным исследовательской группы компании ZenithMedia, по итогам 2017 года реклама в сети уже стала популярнее рекламы на телевидении, что дало возможность считать ее самым важным каналом проведения рекламных мероприятий на мировом рынке. На начало 2018 года доля расходов на рекламу составила 37,6%. Данный процентный показатель сохраняет тенденцию роста последние годы и к 2025 году займет большую часть рынка. За 12 месяцев 2017 года темпы прироста расходов на рекламу в Интернете составили 14 процентов. Перспектива роста ее доли на следующие три года (до 2020 года) по большинству оценок в среднем составит около 10 процентов в год и по прогнозам к 2020 году он составит не менее 44 процентов общемировых расходов на рекламу.

В нижеприведенной диаграмме(Рисунок 1) приведены расходы на такую рекламу за вышеуказанный период в млрд. долларов США (данные ЗенитМедиаГрупп[5]).



Рисунок 1. Прогноз расходов на интернет рекламу по типу 2017-2020

В структуре рекламы в интернете самой динамично развивающейся подкатегорией являются рекламные показы, которые включают в себя рекламные баннеры, таргетированную рекламу в различных популярных социальных сетях, а также онлайн-видео. До 2020 года прогнозируется ежегодный прирост показателей названной подкатегории, в среднем около 13 процентов.

При этом поисковая реклама (ежегодный прирост составляет 8 процентов) и объявления (ежегодный прирост - 7 процентов) на платной основе очень сильно проигрывают рекламным показам. Платный поиск и объявления значительно отстают в своем росте от рекламных показов.

Причиной роста показателей общего рынка интернет рекламы, следует назвать быстрое распространение мобильных устройств и углубление пользовательского взаимодействия с мобильными устройствами – что также стало причиной революционного прорыва такого направления по типам устройств как мобильная реклама. Ее доля по результатам 12 месяцев 2017 года возросла на 38 процентов. Этот показатель в 2016 году был еще более впечатляющим (прирост в тот период составил 47 процентов). Несмотря на некоторое снижение темпов роста ее доли по прогнозам на будущий период он до 2020 года будет также продолжать стремительно расти, показывая прирост не менее 19 процентов ежегодно [5].

Расходы компаний на мобильную рекламу составили 107 млрд. долларов США или более половины общего объема расходов на интернет рекламу (52,6%). Кроме того, это около пятой части от общего объема расходов на рекламу в целом (с использованием других типов рекламы - 19,8 процента).

Данный факт также связан с ростом популярности у потребителей мобильных устройств и удобством осуществления поиска с их использованием. Одновременно с этим бизнес, учитывая современные реалии, будет постепенно сокращать объемы рекламы для десктопных устройств.

В Российской Федерации расходы по итогам 2017 года, согласно данным некоммерческого партнерства содействия развитию интерактивной рекламы IAB Russia и Ассоциации Коммуникационных Агентств России, общий объем расходов, произведенных для проведения рекламных компаний, вырос на 22 процента и составил около 166 млрд. рублей.

По итогам 2016-го года рост отмечается практически везде: видео-реклама на 26 процентов (8,3 млрд. рублей), баннерная реклама на 26 процентов (23 млрд. рублей). Но один из самых динамично развивающихся рынков в России - это рекламные показы в поиске, здесь затраты выросли на 25% до 73 млрд. рублей.

Тенденция 2017 года повторила аналогичную ситуацию 2016 года, когда такой тип расходов составил немногим меньше - 21 процент. Кроме того, за 6 месяцев 2018 года расходы на рекламу в сети составили 90,5-91,5 млрд. рублей и превосходили аналогичные показатели, которые имеются у другого конкурента - телевидения. Объем расходов на интернет рекламу за этот период больше на 21 процент, чем тот же показатель за первые шесть месяцев 2017 года [6].

Активно используют компании и рекламу в популярных социальных сетях, на такую рекламу было потрачено на 19 процентов больше в 2017 году, чем в аналогичный период 2016 года. Общий объем расходов в рублях составил 58,9 млрд.

Согласно данным, приводимым исследовательской группой TNS Global, на рекламные компании в интернете в 2017 году организациями Казахстана было потрачено около 41 млрд. тенге, прирост к прошлому году составил 13 процентов. Согласно прогнозам в 2018 году на указанные цели должно было быть потрачено не менее 46 млрд. тенге. Данные сведения будут возможно оценить по результатам анализа совокупных сведений в начале 2019 года, когда они станут доступны [7].

В отличие от России телевидение в Казахстане пока сохраняет лидирующие позиции и охватывает больший процент аудитории. Однако, тем не менее наблюдается четкая тенденция к снижению количества граждан, которые смотрят телевизор. Отказ все большего количества людей от телевидения, который уже отмечен, безусловно, приведет к тем же тенденциям, которые имеются в мире - преобладающей роли Интернета в продвижении товаров и услуг различных видов. По сути, основные тенденции и влияние интернет-рекламы в стране повторяет путь развития, характерный для других стран.

Следовательно, организациям и компаниям, которые планируют свою деятельность на перспективу, минимум на несколько лет вперед, необходимо применять и активнее внедрять стратегии интернет рекламы. Следует активно и широко вводить в практику инновационные инструменты. Таким образом, компаниям в рамках проекта по снижению расходов денежных, временных и человеческих ресурсов на маркетинг необходимо более широко использовать инновационные инструменты продвижения, доступные в такой уникальной с точки зрения эффективности среде, которую представляет интернет.

Практика продаж через Интернет и результаты ее анализа свидетельствуют о том, что поисковые системы одни из самых популярных ресурсов, которые используются людьми по всему миру. Именно к ним в первую очередь обращаются при поиске требующихся товаров и услуг [8]. Согласно статистическим данным, порядка 90 процентов пользователей начинают свой поиск именно с поисковиков.

Существенно изменились и постоянно изменяются технологии, и это не могло не сказаться на изменении принципов взаимодействия представителей бизнеса и потребителями. Благодаря возможностям интернета поставщик товара или услуги может предложить их клиенту в тот момент, когда он через поисковую систему фактически продемонстрировал свой интерес и идентифицировал свою потребность в товаре или услуге [9].

Одной из самых результативных технологий на сегодняшний день является контекстная реклама, с помощью которой можно эффективно продавать любые товары и услуги в Интернете. Она в максимальной степени решает маркетинговые задачи компаний и предпринимателей: помогает достигать максимально возможного количества покупателей и клиентов при минимальном объеме затрат на организацию рекламной кампании, особенно в сравнении с бюджетами, которые для получения аналогичного экономического эффекта понадобились бы при применении средств и методов традиционной рекламы.

Эффективность контекстной рекламы быстро сделала ее одним из самых популярных видов рекламы в интернете [10].

Контекстная реклама подразделяется на два основных вида.

1) Тематическая реклама представляет собой размещение рекламы на соответствующих сайтах, страницах, отображающих контент, который, по существу, максимально близок и аналогичен к объекту рекламы, находится с ним в одном сегменте. Например, это рекламные материалы, размещаемые в партнерских сетях. При такой подаче рекламы пользователь Интернета может при изучении соответствующей информации также получить сведения о реализуемых рекламодателем товарах и услугах. Учитывая совпадение содержание контента и сферы деятельности организаций и компаний, представлен-

ных на сайте, высока вероятность, что пользователь может проявить интерес к приобретению товаров или услуг в соответствующей области.

2) Поисковая реклама представляет собой такой способ организации рекламы, при которой рекламные объявления демонстрируются пользователю, когда он осуществляет поиск какого-либо товара или услуги, путем поискового запроса в браузере. При таком подходе рекламное объявление фактически является ответом на потребность клиента, выраженную в поисковом запросе, что в разы повышает эффективность рекламных мероприятий.

В основе контекстной рекламы лежат ключевые слова, и на их основе до пользователей доносится соответствующая текстовая информация в виде объявлений или рекламных баннеров, демонстрируемых прямо в поисковой системе. Таким образом, сам факт поиска (наличия "горячей" потребности) и переход к требуемой информации максимально приближены друг к другу, что объясняет такой высокий уровень эффективности набирающую все большую популярность контекстной рекламы [11].

При этом необходимо правильно организовать и настроить контекстную рекламу для того, чтобы объявления показывались исключительно аудитории, которая действительно заинтересована в продукте или услуге соответствующей организации или предпринимателя. Этому должны предшествовать анализ особенностей сферы, в которой осуществляется коммерческая деятельность, и правильный подбор совокупности ключевых слов, которые будут положены в основу объявления.

Есть целый ряд факторов, которые объясняют результативность контекстной рекламы. Приведем и резюмируем некоторых из них.

1) Рекламное объявление показывается клиентам, которые выразили заинтересованность в товаре или услуге, не затрагивая других лиц, у которых аналогичные действия могут вызвать недовольство и создать впечатление, что товар или услуга им навязываются.

2) Демонстрация рекламной информации в таких случаях также снижает уровень напряженности и раздражения пользователей, так как его активные действия по поиску информации, привязываются именно к объявлениям, которые в максимальной степени отвечают объекту его поиска.

3) Контекстная реклама представляет собой один из самых быстрых и оперативных способов начала рекламной компании. При согласованности ее условий начать можно, как правило, в течение суток, а иногда достаточно всего несколько часов, чтобы начать активно привлекать потребителей и клиентов к своему продукту.

4) По ссылке контекстная реклама ведет на сайт рекламодателя людей, которые зачастую хотят прямо в момент поиска купить или найти информацию о товаре. При совпадении их ожиданий с условиями рекламодателя, характеристиками товара, сделка как решение вопроса потребителя может быть совершена максимально быстро.

5) Весьма результативным аспектом контекстной рекламы является таргетинг. Этот метод позволяет выделить по ряду характеристик, включающих возраст, локацию, демографическому и другим признакам сформировать заинтересованную аудиторию. При таком подходе рекламные мероприятия приобретают точность и работают именно с людьми, которым интересен тот или иной продукт или услуга.

6) Соответствие рекламных мероприятий и их бюджета. При оплате за клики рекламодатель всегда и абсолютно прозрачно может отследить, каким образом расходовался бюджет компании. Анализ хода компании на каждом этапе позволяет ее корректировать соответствующим образом и избежать необоснованных затрат.

Все вышесказанное объясняет рост и частоту использования контекстной рекламы как основного вида рекламы, используемого предпринимателями для привлечения и поиска клиентов из интернета. Однако, в Казахстане на сегодня еще достаточно много организаций, которые не используют ее возможности и сервисы, либо используют, но неэффективно.

Необходимо также отметить, что в стране имеются организации, которые до настоящего времени вообще никак не представлены в виртуальном пространстве, в Интернете и продолжают использовать исключительно традиционные способы продвижения товаров и услуг. Такие организации, за исключением каких-то специфических и узких категорий товаров, в большинстве случаев имеют серьезные проблемы в привлечении клиентов и получении стабильной прибыли от коммерческой деятельности.

В Казахстане существует сотни и тысячи так называемых «невидимых» предприятий, которые не представлены в интернете и используют лишь традиционные инструменты маркетинговых коммуникаций - в результате чего их конкурентоспособность будет снижаться с течением времени.

К основополагающим принципам оценки эффективности рекламной компании в интернете относятся следующие главные факторы:

1) CTR представляет собой соотношение между количеством кликов по размещенному рекламному объявлению к их показу лицам, которые могут быть заинтересованы в соответствующей информации [12]. При высоком уровне этого показателя такое объявление будет показываться чаще, то есть более широкой аудитории пользователей, а стоимость клика будет меньше.

2) Стоимость каждого посетителя, лида или покупки рассчитывается из общего объема понесенных расходов на получение трафика, деленного на общее количество приобретенных рекламодателем новых клиентов.

3) Средняя стоимость за один клик представляет собой отношение понесенных рекламодателем расходов за неделю к количеству кликов по объявлению за тот же самый период рекламной компании. По существу, этот показатель означает объем финансовых средств, которые оплачиваются рекламодателем при переходе потенциального клиента по ссылке.

С учетом того, что на контекстную рекламу тратится больше всего денег – в рамках проектов по интернет маркетингу следует увеличивать долю в поисковой контекстной рекламе, особенно в условиях высокой конкуренции.

Статистические показатели говорят о том, что потребители Казахстана наиболее часто используют три основных поисковика для поиска нужных им товаров и услуг: "Google", "Яндекс" и "Mail.ru".

Поисковая система "Google" уже имея львиную долю запросов, все еще продолжает расти в процентном соотношении. С конца 2017 года по конец 2018 года доля Google выросла с 72,37% до 74,12%, при этом, за предыдущий год (с 2016 по 2017) с 66,74% до 72,37% - как мы видим, динамика роста снизилась, но рост не прекратился (Рисунок 2).

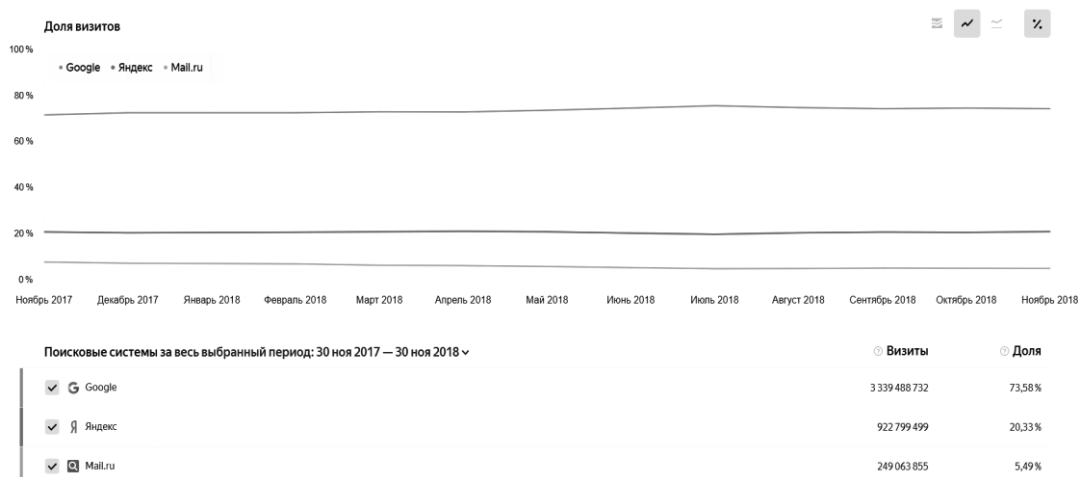


Рисунок 2. Показатели популярности поисковых систем на территории Казахстана для всех типов устройств.

При этом, доля "Яндекса" на протяжении последних двух лет в целом остается на прежнем уровне - изменения незначительны и находятся в пределах 1-2%.

Пока еще популярный поисковик "Mail.ru" демонстрирует постоянное падение. Так, если его доля по итогам 12 месяцев 2017 года составляла 11,32%, то за прошлый год она существенно уменьшилась и составила почти в три раза меньше приведенного показателя - 4,64%.

Распределение трафика с 30 ноября 2017 года по 30 ноября 2018 года по абсолютным показателям характеризуется следующими данными. "Google" - 3 339 488 732 запросов или в процентном отношении 73,58%, "Яндекс" - 922 799 499 запросов или в процентном отношении 20,33%, "Mail.ru" - 249 063 855 запросов или в процентном отношении 5,49%. Указанные статистические данные охватывают период 12 месяцев (с 30.11.2017 по 30.11.2018)[13].

Если разделить процент показов по устройствам, то в десктоп первое место также занимает Google с 47,81%, второе место – Яндекс с 38,04%, замыкает тройку Mail.ru с 12,94%. За исследуемый в рекламных кампаниях период сохраняется общая тенденция, хотя и с небольшими изменениями.

Но при анализе доли поисковых запросов на мобильных устройствах (Рисунок 3) картина резко меняется и здесь доля Google составляет рекордные 88,30%, что почти в 9 раз превышает долю запросов в Яндексе(10,88%), а доля Mail.ru составила чуть более половины одного процента - 0,54%.

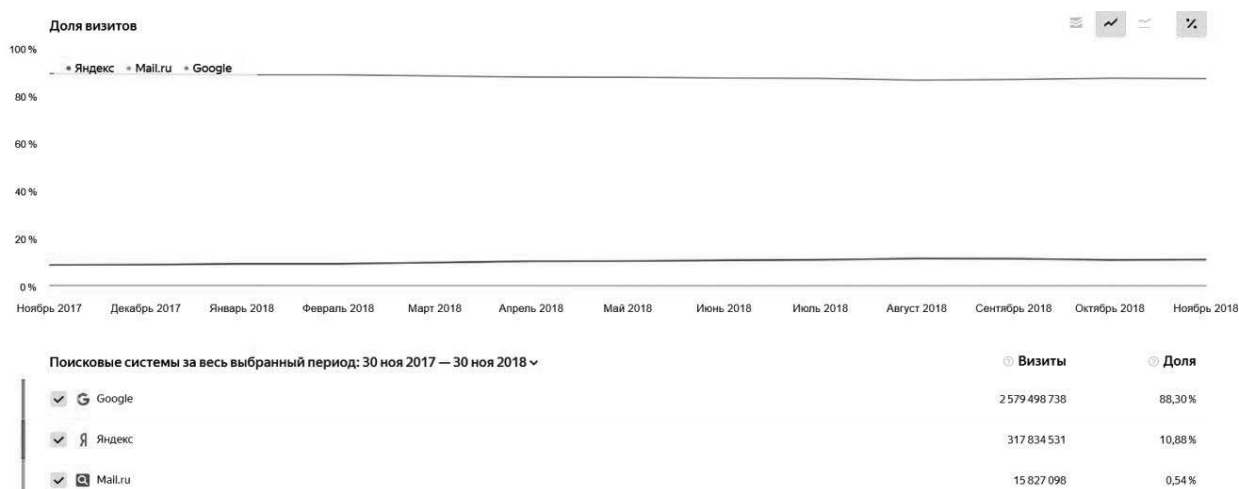


Рисунок 3. Показатели популярности поисковых систем на территории Казахстана для мобильных устройств.

Изменение потребностей клиентов, которые все чаще отдают предпочтение мобильным устройствам вместо персональных компьютеров, не могло не сказаться на характеристиках и особенностях поиска информации о товарах и услугах в интернете. Одновременно с этим, рост поисковых запросов посредством мобильных устройств, увеличивается стремительными темпами. Здесь также следует отметить, что, как видно на Рис. 3, общее количество поисковых запросов с мобильных устройств (2 921 289 624) по отношению к общему количеству запросов со всех типов устройств (4 538 582 131) составляет 64,4%. Налицо значительный перевес в количестве поисковых запросов в сторону мобильных устройств.

Мобильный поиск не имеет кардинальных отличий от десктопного поиска, но различные способы взаимодействия с мобильными устройствами открывают возможности к более эффективной коммуникации – такие как распознавание образов, голосовой поиск и возможность получения информации по запросу с использованием геотаргетинга [14].

Тенденции развития потенциального рынка поисковой рекламы, приведенные выше, объективно обусловлены составляющими продаж мобильных устройств. В последние годы увеличивается количество людей, которые приобретают гаджеты на платформе Android, в которых основным браузером является Google Chrome (Рисунок 4). При сохранении факта роста количества таких покупок, рост доли поисковых запросов через "Google" также будет продолжаться. Благодаря этому компания будет усиливать свои позиции.

Немаловажно и то, что данный лидер, заинтересованный в увеличении числа лиц, использующих браузер для поиска интересующей информации, в том числе товаров и услуг, прилагает дополнительные усилия для улучшения браузера, по добавлению новых возможностей и вкладывает значительные финансовые средства в разработку и создание новых сервисов. Благодаря своему влиянию "Google" имеет отличную возможность формировать этот рынок, задавать его принципы и подходы к организации рекламного процесса, которые представители бизнеса должны учитывать, чтобы оставаться экономически успешными.

<< Апр 18		май 2018 г.				Июн 18 >>	
отчет: количество посетителей с разными браузерами				по дням		по неделям	
значения:		по месяцам		по дням		по неделям	
среднесуточные		май 2018 г.		апрель 2018 г.		в среднем за 3 месяца	
☒	Google Chrome	98,093,881	60.2%	102,959,957	59.2%	102,228,535	58.9%
☒	Mobile Safari	24,801,754	15.2%	28,460,095	16.4%	28,670,217	16.5%
☒	Яндекс.Браузер	14,193,084	8.7%	14,776,080	8.5%	14,680,183	8.5%
☒	Opera (Blink)	6,437,379	4.0%	6,758,215	3.9%	6,775,909	3.9%
☒	Firefox	5,491,014	3.4%	5,826,857	3.3%	5,812,167	3.4%
☐	Android Browser	3,287,937	2.0%	3,696,456	2.1%	3,727,845	2.1%
☐	Explorer 11	2,376,894	1.5%	2,602,104	1.5%	2,559,342	1.5%
☐	Microsoft Edge	1,569,146	1.0%	1,658,079	1.0%	1,643,116	0.9%

Рисунок 4. Статистика использования популярных мобильных браузеров в русскоязычном сегменте интернета на май и апрель 2018 года [15].

Также помимо улучшений технического характера компания проводит политику, направленную на формирование у аудитории желания осуществлять поиск посредством использования мобильных устройств. Для этого, в частности, на устройствах с установленной операционной системой Android имеется отдельная кнопка "Поиск".

Увеличение доли мобильных устройств в общем сегменте устройств, использующихся для поиска требуемой информации, приводит к тому, что именно они становятся основным способом получения потребителями информации о соответствующих фирмах, компаниях, брендах, работающих на огромном рынке товаров и услуг. При грамотном использовании такой закономерности можно эффективно организовать получение потенциальными клиентами именно той информации, которые им нужна, и, как следствие, увеличить количество покупателей, сократить время от намерения приобрести товар или услугу до фактического совершения сделки.

Увеличение показателей роста количества мобильных устройств, которые все чаще используют потребители для поиска необходимых им товаров, и количества клиентов, пользующихся безлимитными тарифами на Интернет, приведет к снижению стоимости последнего и еще больше стимулирует рынок поисковой рекламы к росту. Нельзя не учитывать и технический прогресс - активное распространение технологии 4G и 5G сделают еще более комфортным пользование Интернетом со стороны пользователей, которые смогут быстрее получать различный качественный контент, в том числе видео и приложения с другим развлекательным контентом.

За последние три года количество поисковых запросов, сделанных с мобильных устройств, выросло в два раза и вышеуказанные факторы развития рынка мобильных устройств позволяют прогнозировать устойчивое сохранение такой тенденции с иной качественной составляющей. Так, в Казахстане пользователи в 2015 году направили 1 440 663 217 запросов на поиск различных требующихся им товаров и услуг [16], а уже за 12 месяцев 2018 года этот показатель составил чуть менее 3 млн. (2 995 498 929 запросов [17]), увеличившись вдвое за три года.

Развитие рынка рекламы на мобильных устройствах действительно движется очень быстрыми темпами. Ведь относительно недавно такая форма привлекала лишь разработчиков игр и узкого типа мобильного контента. А сегодня это направление интересно практически всем секторам бизнеса, включая очень крупные компании, которые включают в свои бюджеты существенные суммы на мобильную рекламу, так как эффективность поисковых запросов в данном случае существенно выше и целенаправленная работа по приобретению клиентов, готовых приобрести товар, дает более значительные и, что немаловажно, измеримые результаты.

При этом важно не только учитывать саму тенденцию к росту и роль мобильных устройств, но при планировании рекламных мероприятий нужно для повышения эффективности учитывать особенности поиска потребителем, использующим данный тип устройств. Он существенно отличается в некоторых моментах и аспектах от использования десктопных устройств по ряду причин и обстоятельств. Несмотря на все возрастающее удобство мобильных клавиатур, запросы с данных устройств осуществляются в максимально короткой форме. Это связано с общей тенденцией, когда скорость получения информации в современном мире приобретает все большее значение. Соответственно, цена за длинные запросы с уточнениями будет продолжать расти, а количество самих запросов – падать. Также, в рекламе на мобильных устройствах следует использовать и так называемые «призывы к действию», такие как «Позвонить сейчас» или «Показать на карте», которые повышают CTR.

Анализ потенциального рынка поисковой рекламы, как уже отмечалось, позволяет сделать вывод, что доля "Google" неуклонно растет не только во всем мире, но и в Республике Казахстан. В связи с этим, приступая к созданию проекта и планированию рекламной компании в Казахстане, стоит большую часть имеющегося бюджета направить на рекламу в "Google", с акцентом на мобильные устройства, оставляя лишь избыточные финансовые средства на организацию рекламы с использованием поисковых систем "Яндекса".

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Leite, R. A. & Azevedo, A. (2017) The Role of Digital Marketing: A perspective from Porto Hotels' Managers. International Journal of Marketing, Communication and New Media. Special Number 2 – Marketing and Digital Business, 88-105.
- 2 Статистика: stat.gov.kz (2018) Запрос от 12.12.2018 http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersInformationSociety?lang=ru&_afLoop=5080195437479407#%40%3F_afLoop%3D5080195437479407%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Dko8u5oqv9_4
- 3 Moraga-González, J. L., Z. Sándor, and M. R. Wildenbeest (2015). Consumer search and prices in the automobile market. Mimeo.
- 4 Годин А.А. Интернет-реклама: учеб. пособие [Текст] / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. М.: Дашков и Ко, 2012. 168 с.
- 5 Прогноз развития глобального рекламного рынка от исследовательской группы ZenithMedia (2018) <https://www.zenithmedia.com/wp-content/uploads/2018/03/Adspend-forecasts-March-2018-executive-summary.pdf>
- 6 Исследование динамики изменений рекламного рынка в России (2018) http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id8423
- 7 Исследование динамики изменений рекламного рынка в Казахстане (2018) http://www.tns-global.kz/ru/research/research_smi.php
- 8 Koulayev, S. (2014). Search for differentiated products: Identification and estimation. RAND Journal of Economics 45, 553–575.
- 9 Leite, R. A. & Azevedo, A. (2017) The Role of Digital Marketing: A perspective from Porto Hotels' Managers. International Journal of Marketing, Communication and New Media. Special Number 2 – Marketing and Digital Business, 88-105.
- 10 Kim, J. B., P. Albuquerque, and B. J. Bronnenberg (2010). Online demand under limited consumer search. Marketing Science 29, 1001–1023.

- 11 Heochsteotter, N., & Koch, M. (2009). Standard parameters for searching behaviour in search engines and their empirical evaluation. *Journal of Information Science*, 35, 45–65.
- 12 P D. Lewandowski, F. Kerkmann, S. Ruehmele, S. Seunkler An Empirical Investigation on Search Engine ad Disclosure, *Journal of the association for information science and technology*—March 2018.
- 13 Статистика: radar.yandex.ru (2019) Запрос от 09.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2017-11-30%3A2018-11-30&group=month&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0
- 14 B Los Santos, A. Matthijs, R. Wildenbeest, (2012) Testing Models of Consumer Search Using Data on Web Browsing and Purchasing Behavior. *American economic review* Vol. 102, no. 6.
- 15 Статистика: liveinternet.ru (2018) Запрос от 02.11.2018 liveinternet.ru.
- 16 Статистика: radar.yandex.ru (2019) Запрос от 02.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2015-01-01%3A2015-12-31&group=day&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0%252CvDPqTi
- 17 Статистика: radar.yandex.ru (2019) Запрос от 12.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2018-01-01%3A2018-12-31&group=day&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0%252CvDPqTi

REFERENCES

- 1 Leite, R. A. & Azevedo, A. (2017) The Role of Digital Marketing: A perspective from Porto Hotels' Managers. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*. Special Number 2 – Marketing and Digital Business, 88-105.
- 2 Stat: stat.gov.kz (2018) Retrieved 12.12.2018 from http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersInformationSociety?lang=ru&_afLoop=5080195437479407#%40%3F_afLoop%3D5080195437479407%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Dko8u5oqv9_4
- 3 Moraga-González, J. L., Z. S'andor, and M. R. Wildenbeest (2015). Consumer search and prices in the automobile market. *Mimeo*.
- 4 Godin A. A. Internet-advertising: Tutorial / A. A. Godin, A. M. Godin, V. M. Komarov: Dashkov & Co, 2012. 168 c.
- 5 Forecast of the global advertising market from the research group ZenithMedia <https://www.zenith-media.com/wp-content/uploads/2018/03/Adspend-forecasts-March-2018-executive-summary.pdf>
- 6 Study of the dynamics of changes in the advertising market in Russia (2018) http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id8423
- 7 Study of the dynamics of changes in the advertising market in Kazakhstan (2018) http://www.tns-global.kz/ru/research/research_smi.php
- 8 Koulayev, S. (2014). Search for differentiated products: Identification and estimation. *RAND Journal of Economics* 45, 553–575.
- 9 Leite, R. A. & Azevedo, A. (2017) The Role of Digital Marketing: A perspective from Porto Hotels' Managers. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*. Special Number 2 – Marketing and Digital Business, 88-105.
- 10 Kim, J. B., P. Albuquerque, and B. J. Bronnenberg (2010). Online demand under limited consumer search. *Marketing Science* 29, 1001–1023.
- 11 Heochsteotter, N., & Koch, M. (2009). Standard parameters for searching behaviour in search engines and their empirical evaluation. *Journal of Information Science*, 35, 45–65.
- 12 P D. Lewandowski, F. Kerkmann, S. Ruehmele, S. Seunkler An Empirical Investigation on Search Engine ad Disclosure, *Journal of the association for information science and technology*—March 2018.
- 13 Stat: radar.yandex.ru (2019) Retrieved 09.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2017-11-30%3A2018-11-30&group=month&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0
- 14 B Los Santos, A. Matthijs, R. Wildenbeest, (2012) Testing Models of Consumer Search Using Data on Web Browsing and Purchasing Behavior. *American economic review* Vol. 102, no. 6.

15 Stat: liveinternet.ru (2018) Retrieved 02.11.2018 liveinternet.ru.

16 Stat: radar.yandex.ru (2019) Retrieved 02.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2015-01-01%3A2015-12-31&group=day&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0%252CvDPqTi

17 Stat: radar.yandex.ru (2019) Retrieved 12.01.2019 https://radar.yandex.ru/search?tablePeriod=all&period=2018-01-01%3A2018-12-31&group=day&country=159&device-category=5&selected_rows=iHMJ0E%252C8fg2y0%252CvDPqTi

ТҮЙІН

Статистикалық деректер мен қабылданған нәтижелер бойынша өткізілген аналитикалық зерттеу ғаламторда жарнаманың жобасының ең тиімді пішімдерін анықтауға мүмкіндік берді, соның ішінде құрылғылардың түрлеріне арналған зерттеу қорытындысы бойынша ең тиімдісі мобильді құрылғыдағы іздестіру жарнамасы екені анықталды, сонымен бірге әлеуметтік желілер үшін мобильді жарнаманың кәсіпорындардың экономикалық тиімділігін жоғарылату үшін биік әлеуеті бар. Одан басқа, статистикалық деректер, қорытындылар мен нәтижелердің негізгі мазмұны: ғаламтор маркетингінің іздестіру жарнамасының негізгі артықшылықтары сипатталған, ғаламтор жарнамасы және сол процесстермен байланысты жобаны жасау үшін десктопты және мобильді құрылғылар үшін жеке әр түрлі ізденіс жүйелері бойынша танымал және әлеуетті жарнамалық қамту талдауы өткізілді – Қазақстанда мобильді құрылғыда іздестіру сұрау салу үлесі 64%-тен жоғары, Google іздестіру желісінде мобильді құрылғылармен іздестіру 88%-тен жоғары үлесті құрады. Google арқылы мобильді құрылғылардан іздестіру сұрау салу өсу динамика үлесі соңғы уақытта төмендеуде, бірақ соған қарамастан жоғары деңгейін сақтауда. Ғаламтор маркетингінің жобасы аясында, уақытша және қолма қол ақша ресурстарының шектеулер жағдайларында мобильді құрылғыларда Google компаниясының іздестіру жарнамасының пішімінде шоғырлануға авторлар кеңес береді.

SUMMARY

The analytical study of statistical data and the results obtained allowed to determine the most effective formats of an Internet advertising project, including analysis by device type - search advertising on mobile devices was the most effective in the study in Kazakhstan, while mobile advertising for social networks has a high potential for increase the economic efficiency of enterprises. In addition, the main content of statistics, conclusions and results includes: The main advantages of search advertising in Internet marketing are described, while creating an Internet advertising project and related processes, analyzing the popularity and potential advertising coverage of various search engines separately for desktop and mobile devices - the share of search requests from mobile devices in Kazakhstan was more than 64%, while the share of requests in the Google search network from mobile devices was more than 88%. The share of Google in search queries from mobile devices has been declining recently, but remains rather high. In the context of limited time and money resources in the framework of the Internet marketing project, the authors recommend concentrating on the Google search advertising format for mobile devices.

JEL classification: M310 Marketing

**DIGITAL BEHAVIOR OF CONSUMERS IN KAZAKHSTAN: APPROACHES TO ONLINE
PURCHASE AND THE RELATION TO ADVERTISING IN SOCIAL NETWORKS**

A. Abdunurova

MSc, PhD doctorate

Almaty Management University

Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – the purpose of the study is to collect and analyze data related to the behavior of consumers who satisfy their consumer needs with the help of e-commerce and Internet marketing services. A study aimed at identifying consumer habits, goods and services that are consumed on the Internet, the impact of advertising in social networks on the promotion of commercial products.

Methodology – the survey was conducted using a properly designed questionnaire. After discussing the goals and objectives of the survey, we distributed the questionnaire online using the special Google forms application on social networks. The questionnaire was used in a pilot survey of five participants, in which the time required for the answer was recorded, as well as some of the possible shortcomings of the questionnaire, which were then corrected before its final distribution. In total, 69 people were polled at the request of the respondents. The demographic structure of the respondents is Internet users, the economically active population, age group in the context of 25-44 years (61%) and 15-24 years (33%), male (27.5%) and the overwhelming majority of women (72.5%), working in various fields, including students.

Originality/value – the uniqueness of the survey, in which Kazakhstan Internet users participated.

Findings – survey results showed that out of 100% of respondents, 33% often buy 57% sometimes or rarely make purchases, the remaining 10% never bought online. Fewer than half of respondents surveyed buy consumer goods online several times a season or even rarely. One or several times a month, consumers pay, such services as communications, the Internet, housing and communal services, banking services, several times a season or a year - travel services, air and railway tickets and the services of insurance companies. Kazakhstan's Internet users, as compared with consumer goods, buy services more and more often. This is due to distrust and doubts about the quality of the goods and the security of the transaction. In the majority, respondents have a negative or neutral attitude to advertising in social networks, but some positive answers from respondents suggest that advertising may influence the decision to purchase.

Keywords – consumer behavior, online shopping, online customer, advertising on social networks, online trading.

УДК: 339.138

ЦИФРОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КАЗАХСТАНЕ: ПОДХОДЫ К ОНЛАЙН-ПОКУПКАМ И ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

А.А. Абдунурова

м.э.н., PhD докторант

УО “Алматы Менеджмент Университет”

Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования - сбор и анализ данных, относящихся к поведению потребителей, которые удовлетворяют свои потребительские потребности с помощью услуг электронной коммерции и Интернет-маркетинга. Исследование, направленное на выявление потребительских привычек, товары и услуги, которые потребляются в Интернете, влияние рекламы в социальных сетях на принятие решение о покупке. *Методология исследования* - опрос проводился с помощью правильно составленной анкеты. После обсуждения цели и задачи опроса мы распространили анкету онлайн с помощью специального приложения “Google forms” в социальных сетях. Анкета использовалась в пилотном опросе пяти участников, в котором было записано время, необходимое для ответа, а также некоторые возможные недостатки анкеты, которые затем были исправлены до ее окончательного распространения. Всего по желанию респондентов прошли опрос 69 человек. Демографическая структура респондентов: пользователи Интернет, экономически активное население с возрастным срезом 25-44 лет (61%) и 15-24 лет (33%), мужского (27,5%) и преобладающее большинство женского пола (72,5%), работающие в разных сферах и учащиеся в том числе.

Оригинальность/ценность работы - уникальность опроса, в котором участвовали казахстанские пользователи сети Интернет.

Результаты исследования - результаты опроса показали, из 100% опрошенных респондентов, 33% часто покупают, 57% иногда или редко совершают покупки, остальные 10% никогда не покупали онлайн. Меньше половины опрошенных респондентов покупают потребительские товары онлайн несколько раз в сезон, а то и редко. Один или несколько раз в месяц, потребители оплачивают, такие услуги, как связь, Интернет, жилищно-коммунальные услуги, банковские услуги, несколько раз в сезон или в год - туристические услуги, авиа и ж/д билеты. Казахстанские пользователи сети Интернет, по сравнению с потребительскими товарами, больше и чаще покупают услуги. Это связано с недоверием и сомнениями по поводу качества товара, безопасностью транзакции и своевременной доставкой. В большинстве, респонденты негативно или нейтрально относятся к рекламе в социальных сетях, но, некоторые положительные ответы респондентов говорят о том, что реклама может повлиять на принятие решения о покупке.

Ключевые слова - поведение потребителей, онлайн покупки, цифровой покупатель, реклама в социальных сетях, онлайн торговля.

ВВЕДЕНИЕ

Поведение потребителя — это деятельность, направленная непосредственно на получение, потребление и распоряжение товарами и услугами, включая влияние тех процессов, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними [1].

Изучение поведения потребителей является ключевым аспектом в деятельности компании, на основании полученной информации, и понимания о том, как покупатель принимает решение о покупке, где покупает, для чего и как использует тот или иной товар или услугу, каким образом избавляется от него, компания выстраивает свою стратегию по отношению к своему продукту, ценообразованию, продвижению и распространению. Данный предмет исследования обсуждено российскими авторами [2, 3].

Поведение потребителей можно разделить на три основные виды: приобретение, потребление и избавление. Все эти три процесса очень важны в изучении поведения потребителей.

1. Приобретение - изучает, как принимаются решения о покупке, из каких источников получают информацию о продукте или услуге, где покупается, в какое время, каким образом (самолично или используется доставка).

2. Потребление - изучает, как используется продукт, сколько потребляется, как хранится, какова степень удовлетворенности продуктом.

3. Избавление – изучает, каким образом утилизируется товар и упаковка, используется ли упаковка после потребления, дарится или перепродается использованный товар [4].

Исследования онлайн поведения потребителей проводились в различных странах, которые отражены в опубликованных статьях авторов [5, 6, 7, 8, 9].

С развитием электронной коммерции и влиянием глобализации на расширение границ международных рынков, во всем мире, в особенности в экономически развитых странах, онлайн популяция превышает оффлайн популяцию, это говорит о том, что доля онлайн покупок превышает оффлайн в таких странах как США и Китай, которые представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Онлайн против оффлайн популяции в Китае и США, 2016 г.

Источник: Statista Digital Marketing outlook [10]

По данным “Statista Digital Marketing outlook” за 2016 год онлайн популяция в США составила 264 млн. (82%) покупателей против 59 млн. (18%) оффлайн покупателей, в Китае 702 млн. (51%) онлайн покупателей против 676 млн. (49%) оффлайн покупателей. В Китае, все еще потенциал становления оффлайн покупателей в ряды онлайн потребителей велик.

В Казахстане рынок Интернет торговли на стадии развития и активно растет вверх, доля онлайн-торговли от всего ритейла составляет около 1-1,5%, но ежегодно рынок электронной торговли растет на 30%. По данным лидера онлайн-торговли Казахстана Satu.kz, в 2017 году на маркетплейсе казахстанцы купили товаров на 20,144 млрд. тенге, а средний чек одной онлайн-покупки вырос на 19% и составил 34 742 тенге [11].

На рисунке 2, по данным «Yandex Wordstat», представлен сравнительный анализ по ключевому поиску “купить” в поисковых сетях двух стран: Казахстана и России.

Когда вы используете чаще всего Интернет?

69 ответов

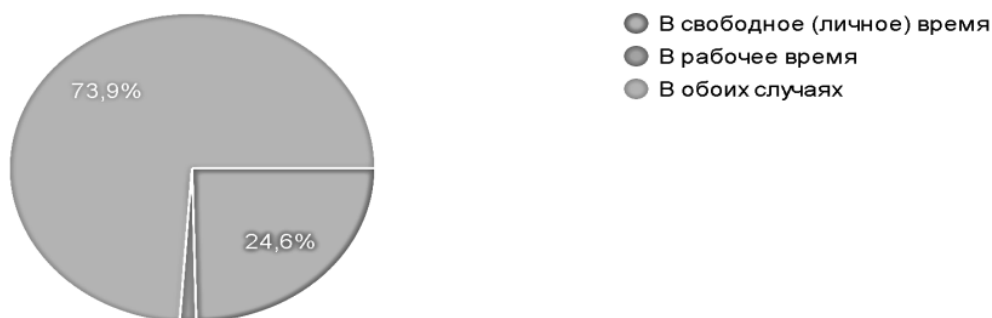


Рисунок 3- “Когда вы используете чаще всего Интернет?”

Примечание – диаграмма анкеты составлено автоматически приложением “Google forms”

На вопрос “Когда вы используете чаще всего Интернет?” почти 74% ответили в обоих случаях, как в свободное, так и в рабочее время. Пользование Интернетом увеличивается, что и способствует росту Интернет покупок.

Вопрос “Как вы используете Интернет?” конкретизирует использование таких Интернет-ресурсов, как игры, социальные сети, чат, электронная почта, новости, образование, для профессиональных целей, для покупок, поиск товаров и услуг и развлечения (просмотр фильмов, видео и музыка).

По ответам респондентов, почти половина из них 48% респондентов ответили, что никогда не пользуются играми, и наоборот, “очень часто и часто” используют Интернет-ресурсы:

- 1) Чат 87%,
- 2) Электронная почта 83%,
- 3) Социальные сети и Образование 78%,
- 4) Используют для профессиональных целей 72%,
- 5) Развлечение (кино, видео, музыка) 64%,
- 6) Читают новости 61%,
- 7) Поиск товаров и услуг 49%,
- 8) Для покупки 33%.

Forbes отметил рост популярности модели ROPO (Research Online / Purchase Offline) — люди всё чаще детально изучают предложения в интернете, сравнивают разные бренды и уже потом покупают его в розничной точке. По данным исследования Google и Ipsos, 75% пользователей ищут информацию о товаре в сети перед покупкой в магазине [13]. В нашем случае, данные Google и Ipsos совпадают с нашим опросом, если к частому поиску товаров и услуг 49%, добавить ответивших “иногда” то в целом процент ответивших будет составлять 78%.

На вопрос: “Какие из указанных товаров Вы покупаете через интернет и насколько часто?” меньше половины опрошенных респондентов покупают несколько раз в сезон, а то и редко потребительские товары. Рейтинг покупаемых потребительских товаров: 1) товары для дома; 2) подарки, сувениры, цветы; 3) одежда, аксессуары, обувь; 4) книги, товары для досуга, 5) косметика и спортивные товары, 6) игрушки, товары для детей, смартфоны, гаджеты, и на последнем месте продукты питания, бытовая техника и электроника. Казахстанские пользователи сети Интернет, по сравнению с потребительскими товарами, больше и чаще покупают услуги. Это связано с недоверием и сомнениями по поводу качества товара и безопасностью транзакции.

По данным Комитета по статистике Министерства Экономики Республики Казахстан, среди онлайн покупателей Казахстана, наиболее популярными товарами являются одежда и электроника [14].

Вопрос: “Какие из указанных услуг Вы покупаете через интернет и насколько часто?” характеризует частоту онлайн покупок различных услуг.

Часто (несколько раз в месяц) пользуются услугами банков и финансовых компаний - 38%, раз в месяц оплачивают жилищно-коммунальные услуги, связь и за услуги Интернет 40,5% опрошенных. Онлайн покупка авиа и ж/д билетов, несколько раз в сезон или в год покупают 56,5% опрошенных респондентов, туристические путевки - совершали онлайн покупку пару раз за все время 27,5%, и несколько раз в сезон 26% опрошенных. Никогда не покупали или очень редко, что затрудняются ответить, услуги страховых компаний.

Если сравнить, по данным проведенного нами опроса, количество и частоту покупок услуг с потребительскими товарами, то чаще покупаются онлайн услуги. Президент Ассоциации казахстанского Интернет-бизнеса (АКИБ) Константин Горожанкин, также отметил, что большая часть онлайн-торговли в стране, порядка 60%, приходится на покупку услуг, чем товары, так как проблема логистики до конца не решена [15].

На вопрос: “Как вы относитесь к Интернет-рекламе в социальных сетях?”, были получены следующие ответы:

- 87% респондентов раздражает реклама про игры,
- 65% респондентов в целом, раздражает реклама,
- 46 % респондентам реклама не интересна,
- 36% респондентов согласны с тем, что после просмотра рекламы иногда совершают покупку в обычных магазинах, 26% респондентов затруднились ответить,
- 30% респондентов согласны с тем, что после просмотра рекламы иногда совершают онлайн покупку, 25% респондентов затруднились ответить.

В большинстве, респонденты негативно или нейтрально относятся к рекламе в социальных сетях, но, некоторые положительные ответы респондентов говорят о том, что реклама может повлиять на принятие решения о покупке.

На рисунке 4, показаны методы оплаты при онлайн покупках, респонденты могли выбрать несколько вариантов.

Метод оплаты при online покупках:

69 ответов

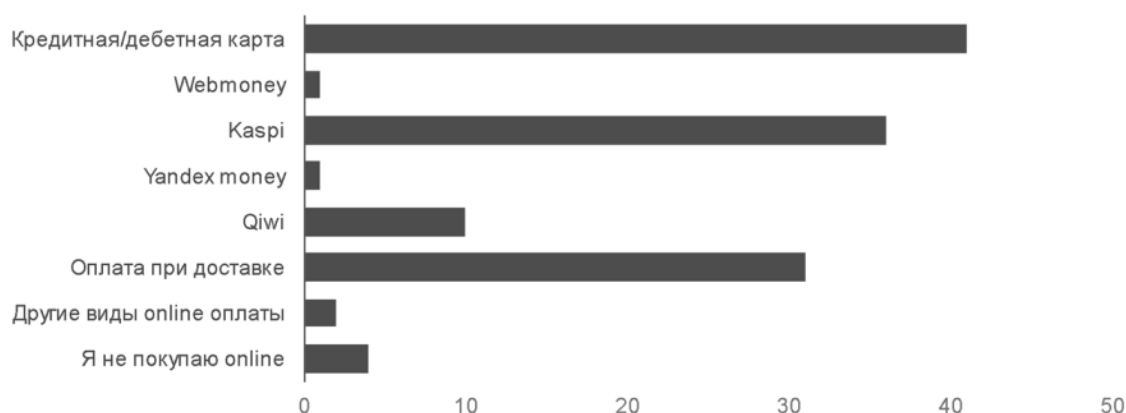


Рисунок 4 - Наиболее популярные методы оплаты онлайн покупок

Примечание - диаграмма составлена автоматическим приложением “Google forms”

Большинство покупателей пользуются кредитными или дебетными картами, когда оплачивают онлайн покупки (59% из 100%). Среди казахстанских пользователей, очень популярна услуга «Kaspi кошелек» (52% из 100%), так же люди предпочитают оплатить после доставки (45% из 100%), «Киви кошельком» пользуются всего (14,5% из 100%), остальными электронными кошельками очень мало пользуются, и около 10% респондентов никогда не покупали онлайн.

В основном, когда покупают товар, оплата осуществляется при доставке, при покупках услуги оплата производится по карте или через электронные кошельки.

На рисунке 5, респонденты отметили, о чем они часто беспокоятся, когда покупают онлайн.

О чем вы чаще всего беспокоитесь, когда вы покупаете online?

69 ответов

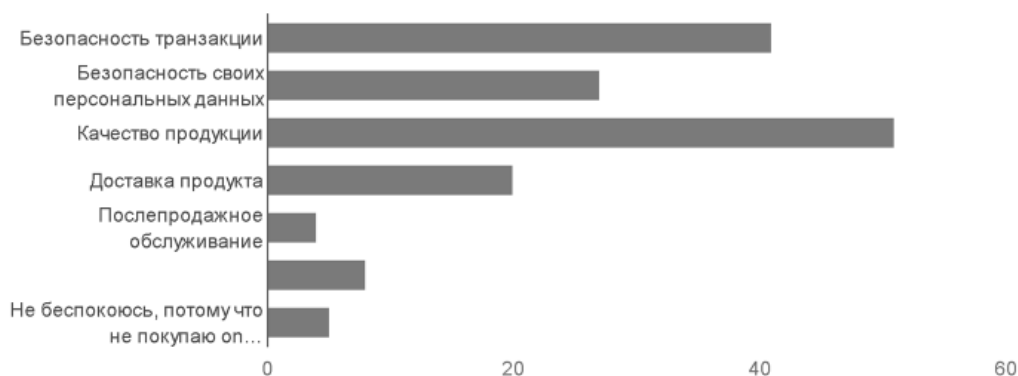


Рисунок 5 - “О чем чаще беспокоятся, когда покупаю онлайн”

Примечание - диаграмма составлена автоматическим приложением “Google forms”

На первом месте тревожности, которые испытывают покупатели, во время онлайн покупки, это качество товара (74%), далее безопасность транзакции (59%), на третьем месте безопасность своих персональных данных (39%), и завершает круг беспокойств своевременная доставка товара (29%).

Рисунок 6, иллюстрирует ответы респондентов, о причинах покупки в сети Интернет.

Причины покупок в сети Интернет

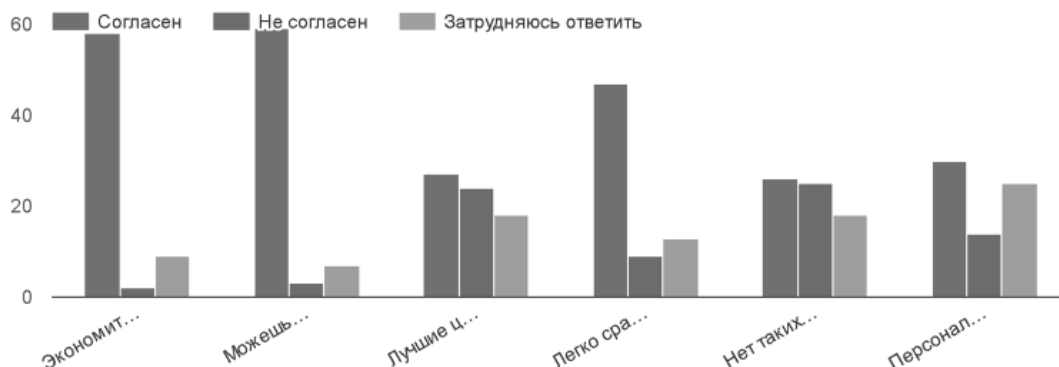


Рисунок 6 - Причины покупок в сети Интернет

Примечание - диаграмма составлена автоматическим приложением “Google forms”

Почти большинство онлайн покупателей согласились с тем, что покупают в Интернете, потому что это экономит время, что можно купить в любое удобное для покупателя время и легко сравнить цены.

Меньше половины ответивших респондентов не согласны с тем, что только в Интернете можно найти товар с лучшей ценой, что покупают из-за отсутствия в Казахстане аналогичного товара и по причине персонализированности товара.

На рисунке 7, заключительный вопрос анкеты предполагает получить информацию о будущих намерениях онлайн покупок.

Общие чувства об online покупках

69 ответов

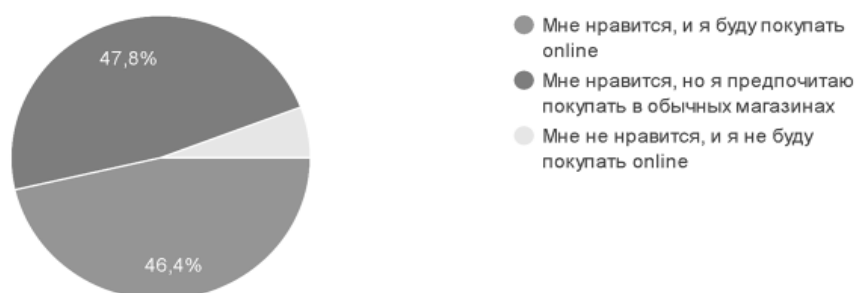


Рисунок 7 - “Общие чувства испытываемые покупателями об онлайн покупках”

Примечание – диаграмма составлена автоматическим приложением “Google forms”

46% респондентов намерены и дальше продолжать покупать онлайн, это значит почти половина опрошенных потребителей удовлетворены покупками в сети Интернет, 47% респондентам также нравится покупать, но больше они предпочитают ходить и покупать в обычных магазинах, тем не менее, данная категория относится к тем покупателям, которые иногда или редко совершают онлайн покупки, возможно это связано с недоверием по поводу транзакции, доставки, качества доставленного товара, и отсутствие возможности потрогать товар руками, «примерить на себе», недостаточно полная информация на сайте также препятствуют онлайн покупкам.

ВЫВОДЫ

Проведенный опрос, подтверждает данные “Forbes”, “Ipsus”, “thinkwithGoogle”, “Yandex Statword” о поведенческих особенностях онлайн покупателя. В Казахстане активными покупателями являются женщины 54%, большая доля онлайн-покупок приходится на г. Алматы 44% из всех регионов страны. Результаты проведенного нами опроса показали, из 100% опрошенных респондентов 33% часто покупают, 57% иногда или редко совершают покупки, остальные 10% никогда не покупали онлайн. По сравнению с потребительскими товарами, больше и чаще покупают услуги. Это связано с недоверием и сомнениями по поводу качества товара, безопасностью транзакции и своевременной доставкой. В большинстве, респонденты негативно отнеслись к рекламе об “онлайн играх” и в целом на рекламу в социальных сетях, но все же, некоторые респонденты подтвердили, что иногда реклама в социальных сетях может быть интересной 62%, и реклама может повлиять на принятие решения о покупке 33%.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кубровин И. А. Поведение потребителей Учебное пособие И. А. Кубровин. 4-е изд. М. Издательско-торговая корпорация «Лашков и К», 2015. 312 с.

- 2 Костина Г.Д., Моисеева Н.К. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг: учебное пособие / Г.Д. Костина, Н.К. Моисеева. – 2-е издание. – 175 с. – М.: Издательство «Омега-Л», 2010. – (Библиотека высшей школы). Электронная версия.
- 3 Поведение потребителей: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности маркетинг / под ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. Электронная версия.
- 4 Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с: ил. — (Серия «Классический зарубежный учебник»). Электронная версия.
- 5 Andreas Masouras, Christos Papademetriou. Digital Consumer Behaviour in Cyprus: from Uses and Gratifications Theory to 4C's Online Shopping Approach // Journal of Advertising and Public Relations. - 2018. Volume 1, Issue 1, PP 1-11. - URL: <https://www.researchgate.net/publication/326893855> (дата обращения 15.12.2017)
- 6 Matthias Finka, Monika Kollerc, Johannes Gartnerd, Arne Flohe,f, Rainer Harmsg. Effective entrepreneurial marketing on Facebook – A longitudinal study // Journal of Business Research. – 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.005>. - URL: www.elsevier.com/locate/jbusres (дата обращения 15.12.2017)
- 7 Sunanya Khurana. Online Consumer Behaviour Models: A Literature Review // Biz and Bytes (Vol. 8. Issue: 1, 2017) E-ISSN: 0976 0458, Print ISSN: 2320 897X. - URL: <https://www.researchgate.net> (дата обращения 15.12.2017)
- 8 Malin Sundströma, Sara Hjelm-Lidholma, Anita Radonb. Clicking the boredom away – Exploring impulse fashion buying behavior online // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.006>
- 9 Farhang Salehi, Bentolhoda Abdollahbeigi, Atefeh Charmchian Langroudi, Forouz Salehic. The Impact of Website Information Convenience On E-commerce Success Of Companies // International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1201
- 10 The Statistics Portal. Statistics and Studies from more than 22.500 Sources. - URL: <https://www.statista.com/statistic-portal/>
- 11 Электронная коммерция в Казахстане: итоги года и перспективы. -2018. URL:https://forbes.kz/finances/markets/elektronnaya_kommertsiya_v_kazahstane_itogi_goda_i_perspektivy/
- 12 Подбор ключевых слов для сайта с помощью статистики онлайн-сервиса . <https://wordstat.yandex.kz/>
- 13 Покупательские тренды-2019: ОК, Google, закажи гречку. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/2019-perspectives/>
- 14 Комитета по статистика Министерства Экономики Республики Казахстан. <http://stat.gov.kz/>
- 15 Дмитрий Казаков. Тренды в интернет торговле Казахстана. 29.03.2018. <http://www.brif.kz/blog/?p=3347>

REFERENCES

- 1 Dubrovin I. A. Povedenie potrebitelej: Uchebnoe posobie / I. A. Dubrovin. — 4-e izd. — М.: Izdatel'sko-torgovaja korporacija «Dashkov i K°», 2015. — 312 s.
- 2 Kostina G.D., Moiseeva N.K. Povedenie potrebitelej na rynke tovarov i uslug: uchebnoe posobie / G.D. Kostina, N.K. Moiseeva. – 2-e izdanie. – 175 s. – М.: Izdatel'stvo «Omega-L», 2010. – (Biblioteka vyshej shkoly). Jelektronnaja versija.
- 3 Povedenie potrebitelej: ucheb. posobie dlja studentov vuzov, obuchajushhihsja po special'nosti marketing / pod red. N.I. Lyginoj, G.A. Vasil'eva. - 2-e izd., pererab. i dop. - М.: JuNITI-DANA, 2015. - 239 s. Jelektronnaja versija.
- 4 Bljekujell R., Miniard P., Jendzhel Dzh Povedenie potrebitelej. 10-e izd. / Per. s angl. — SPb.: Piter, 2007. — 944 s: il. — (Serija «Klassicheskij zarubezhnyj uchebnik»). Jelektronnaja versija.
- 5 Andreas Masouras, Christos Papademetriou. Digital Consumer Behaviour in Cyprus: from Uses and Gratifications Theory to 4C's Online Shopping Approach // Journal of Advertising and Public Relations. - 2018.

Volume 1, Issue 1, PP 1-11. - URL: <https://www.researchgate.net/publication/326893855> (дата обращения 15.12.2017)

6 Matthias Finka, Monika Kollerc, Johannes Gartnerd, Arne Flohe,f, Rainer Harmsg. Effective entrepreneurial marketing on Facebook – A longitudinal study // Journal of Business Research. – 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.005>. - URL: www.elsevier.com/locate/jbusres (дата обращения 15.12.2017)

7 Sunanya Khurana. Online Consumer Behaviour Models: A Literature Review // Biz and Bytes (Vol. 8. Issue: 1, 2017) E-ISSN: 0976 0458, Print ISSN: 2320 897X. - URL: <https://www.researchgate.net> (дата обращения 15.12.2017)

8 Malin Sundströma, Sara Hjelm-Lidholma, Anita Radonb. Clicking the boredom away – Exploring impulse fashion buying behavior online // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.006>

9 Farhang Salehi, Bentolhoda Abdollahbeigi, Atefeh Charmchian Langroudi, Forouz Salehic. The Impact of Website Information Convenience On E-commerce Success Of Companies // International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1201

10 The Statistics Portal. Statistics and Studies from more than 22.500 Sources. - URL: <https://www.statista.com/statistic-portal/>

11 Jelektronnaja komercija v Kazahstane: itogi goda i perspektivy. -2018. URL:https://forbes.kz/finances/markets/elektronnaya_kommertsiya_v_kazahstane_itogi_goda_i_perspektivy/

12 Podbor ključevyh slov dlja sajta s pomoshh'ju statistiki onlajn-servisa . <https://wordstat.yandex.kz/>

13 Pokupatel'skie trendy-2019: OK, Google, zakazhi grechku. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/2019-perspectives/>

14 Komiteta po statistika Ministerstva Jekonomiki Respubliki Kazahstan. <http://stat.gov.kz/>

15 Dmitrij Kazakov. Trendy v internet trgovle Kazahstana. 29.03.2018. <http://www.brif.kz/blog/?p=3347>

ТҮЙІН

Бұл мақала интернет-маркетингтің тұтынушылық мінез-құлыққа әсері дәрежесін қарастырады. Интернеттегі маркетингтің артықшылықтары мен жағымсыз элементтері, сондай-ақ онлайн өнімдерін сатып алған кезде онлайн тұтынушыларға оң және теріс әсерлері, Интернет-тұтынушылардың түпкілікті шешімін анықтайтын сипаттамалар туралы, сондай-ақ бұл шешімде Интернет-жарнаманың рөлі туралы жазылды.

SUMMARY

This article examines the degree of influence of online marketing on consumer behavior. Both the advantages and negative elements of online marketing are defined, as well as how they influence both positively and negatively the online consumers when buying an online product. Conclusions are drawn about the characteristics that ultimately determine the final decision of Internet consumers, and the role of Internet advertising in this decision.

УДК (UDC): 338.2 / МПНТИ: 06.39.02

JEL classification: E02

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF E-GOVERNMENT ACTIVITIES IN KAZAKHSTAN

Sh.A. Smagulova

Doctor of Economics, Professor

AU University Narhoz, Almaty, Republic of Kazakhstan

A.Y. Yermukhanbetova

Master student

AU University Narhoz, Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of this study is to assess the performance of e-government based on an economic analysis from the standpoint of achieving the efficiency of public administration in Kazakhstan.

Methodology - In scientific work methods of qualitative and quantitative analysis were used, including statistical, analytical, graphical and comparative approaches.

The value of the work is represented by the implementation of economic analysis based on statistical data on types of electronic services over the past few years and the number of users in the electronic signature system by region, which will make it possible to ensure efficiency in the transition of the public administration system in Kazakhstan to the provisions of the "industrial revolution - Industry 4.0".

The main results obtained include the following: a review of the literature over the past three years on the topic of research has been carried out; identified the main stages of the development of the EP system in Kazakhstan; a statistical evaluation of electronic types of public services; analyzed the visitors of the electronic portal of large regions of Kazakhstan; identified problems and suggested ways to improve e-government activities in Kazakhstan.

Keywords- e-government, government, information and communication technologies, e-services, electronic portal.

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ

Ш.А. Смагулова

Доктор экономических наук, профессор

АО Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан

А.Е. Ермуханбетова

Магистрант

АО Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель данного исследования состоит в осуществлении оценки деятельности электронного правительства на основе экономического анализа с позиции достижения эффективности государственного управления в Казахстане.

Методология – В научной работе были использованы методы качественного и количественного анализа, в том числе статистический, аналитический, графический и сравнительный подходы.

Ценность работы представлена осуществлением экономического анализа на основе статданных видов электронных услуг за последние несколько лет и количества пользователей в системе ЭП в разрезе регионов, что даст возможность обеспечить эффективность работы в условиях перехода системы государственного управления в Казахстане к положениям «промышленной революции - Индустрия 4.0». К основным полученным результатам можно отнести следующие: осуществлен обзор литературных источников за последние три года по теме исследования; определены основные этапы развития системы ЭП в Казахстане; проведена статистическая оценка электронных видов госуслуг; проанализированы посетители электронного портала крупных областей Казахстана; выявлены проблемы и предложены пути по совершенствованию деятельности электронного правительства в Казахстане.

Ключевые слова: электронное правительство, государственное управление, информационно-коммуникационные технологии, электронные услуги, электронный портал.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, электронное правительство основано на механизме взаимодействия общества и государства, а также государственных органов друг с другом посредством информационных технологий. К примеру, сокращение очередей в государственные органы при получении справок, разрешительных документов и пр., что позволяет ускорить и упростить весь процесс. Основным двигателем взаимодействия здесь являются развивающиеся ИКТ, т.е. информационно-коммуникационные технологии в сфере государственного управления.

На сегодняшний день, электронное правительство (ЭП) является основным инструментом в социально-политическом и экономическом аспектам по улучшению возможностей взаимодействия с государственными органами и гражданами.

Государственная система управления, основанная на информатизации и автоматизации - совокупность управленческих процессов в масштабе страны и функционирующая на основе увеличения эффективности и оптимизации затрат коммуникаций общества.

В настоящее время во всем мире активно идет переход к положениям «Четвертой промышленной революции». Индустрия 4.0, также, имеет позитивное влияние на государственное управление. Так, в 2006г. в Казахстане начал осуществляться проект «Электронного правительства», который успешно реализуется и по сей день. Благодаря portalу, многие государственные услуги автоматизированы, реализуются по критерию «одного окна», а в будущем планируется использование современных технологий в целях учета замечаний и предложений народа в онлайн режиме.

Поэтому, очень важно переходить от физических моделей производства к киберфизическим. Анализ больших данных, «умные» устройства, коллаборативные работы - являются технологиями Индустрии 4.0. Надо учесть, что использование новых технологий и автоматизация процессов - даст возможность повысить конкурентоспособность экономики страны, создаст наилучшие условия для жизни и работы казахстанского населения.

Президент Казахстана Н.Назарбаев в своем Послании (октябрь 2018г.) подчеркнул, что на современном этапе очень важно обеспечить развитие следующих векторов «экономики будущего», как – альтернативные источники энергии, массивы данных, биомедицина, интернет вещей и др. [1]. Как раз большие массивы данных и интернет услуги – это важные элементы электронного правительства, которые помогут повысить эффективность управления и удобство услуг для использования граждан.

Создание и организация информационного пространства и электронного портала в стране предполагают следующие предпосылки и возможности, как:

- оперативность и самостоятельность управления разными видами услуг;
- обслуживание посредством системы «единого окна»;
- рост показателя степени компьютерной грамотности граждан;
- увеличение качества и количества предоставления госуслуг;
- упрощение анализа документооборота по разным инстанциям и мониторинга;
- спад цен на услуги интернета и увеличение числа провайдеров;
- снижение объема коррупционных правонарушений в государственных органах и пр.

В Казахстане 12 декабря 2017 года была введена Госпрограмма «Цифровой Казахстан», где важными задачами представляются - повышение качества жизни народа на основе цифровых технологий. Так, на середину 2017г. свыше 700 услуг переведено на электронный вид, а количество зарегистрированных пользователей повысилось на 6,6 млн. человек.

В стране работает более 350 ЦОНов (Центров обслуживания населения). В целях популяризации портала «egov» действуют пункты самообслуживания «Connection point», где только за 2017г. оказано свыше 8 млн. услуг [2].

В Казахстане, за последние годы уже практически сформированы законодательная база, инфраструктура и система электронного правительства. К примеру, приняты такие Законы и документы «Об утверждении требований к содержанию, ведению и информационному наполнению электронными информационными ресурсами веб-портала «электронного правительства» (26.01.2016), где одним из основных требований являются: открытость, достоверность информации, своевременное размещение законопроектов, нормативно-правовых актов, бюджетная отчетность в рамках законодательства РК о доступе к данным [3]. Также введены нормативные положения «Об утверждении Перечня государственных и иных услуг в электронной форме, оказываемых посредством веб-портала "электронного правительства" и абонентского устройства подвижной сети» (29.02.2016), где определены электронные услуги, доступные на портале [4].

К тому же, созданы концептуальные элементы базы данных, проведены межгосударственные и государственные шлюзы, организована доступность системы «e-Gov» для каждого гражданина.

Следовательно, портал Электронного правительства в Казахстане демонстрирует достаточно позитивные результаты в области предоставления государственных услуг, развития социальной сферы, взаимодействия народа с государством и создания цифровой экономики.

Цель данного исследования состоит в осуществлении оценки деятельности электронного правительства на основе экономического анализа с позиции достижения эффективности государственного управления в Казахстане.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

С целью определения роли электронного правительства в государственном управлении, рассмотрим исследования зарубежных авторов.

Клаус Шваб (основатель и руководитель Всемирного экономического форума) в своем труде «Четвертая промышленная революция» пишет: Ключевой вопрос для правительств - «Как использовать цифровые технологии, чтобы лучше управлять?». Одновременно, модернизировать структуры и функции административных органов помогут веб-технологии. Ожидается, что они будут использоваться еще более интенсивно и инновационно [5].

В работе на тему: «Бенчмаркинг электронного правительства» отмечается, что инфраструктура правительства должна быть организована так, чтобы обслуживание населения осуществлялось оперативно и эффективно [6].

Реструктуризация сферы государственного управления по мнению Смита Б. должна происходить в рамках обеспечения электронного доступа населения к достоверной информации, оптимизации взаимодействия власти и общества с целью роста эффективности государственного управления» [7].

David Brown утверждает, что «Электронное правительство объединяет два элемента. Одним из них является среда, созданная в рамках правительства и в обществе с использованием электронных технологий, таких как: вычислительная техника, электронная почта, Всемирная паутина, беспроводная связь, клиентоориентированность и конвергенция «единого окна» [8].

Украинский ученый Голобуцкий отмечает, что Электронное правительство - автоматизированные государственные службы, которые занимаются - обеспечением свободного доступа граждан ко всей необходимой государственной информации, сбором налогов, регистрацией транспортных средств, заключение соглашений и пр. [9].

На взгляд Тарасова А.М. ЭП содержит в себе не только исполнительную власть, а, именно, государственную систему электронного управления для всех ветвей власти [10].

По мнению аналитиков Всемирного Банка - «Электронное правительство относится к использованию правительственными учреждениями информационных технологий, которые имеют возможность трансформировать отношения с гражданами, предприятиями и другими органами власти [11].

В исследовании Godel, Harms, Jones и Mantovani говорится, что административное время можно отличить от необходимых затрат и ненужных нагрузок и, следовательно, технологии в правительстве сосредоточены на минимизации затрат, которые строго необходимы [12].

То есть, мы видим, что с помощью ИКТ развивая электронное правительство можно решать проблемы не только в социальной сфере, но и в экономической.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология исследования

В научной работе были использованы методы качественного и количественного анализа, в том числе статистический, аналитический, графический и сравнительный подходы.

В частности, на основе сбора и обработки статистических данных был проведен анализ различных видов электронных услуг. Так, были обоснованы снижение - сроков регистрации бизнеса и адресных справок граждан, выдачи водительских прав и пр. С целью приведения экономического доказательства были составлены статистические таблицы и рисунки. На основе графического метода были установлены определенные закономерности в работе Электронного правительства, где были продемонстрированы их изменения.

Использование данной методологии позволило определить количественную и качественную сторону экономической оценки рассматриваемой проблематики научного исследования.

В настоящее время во всех сферах казахстанского общества активно идет процесс информатизации, в том числе и в сфере политики. Предпринимаются все усилия по модернизации государственной службы и административно-управленческого дела в соответствии с мировыми стандартами с применением новых информационных технологий.

В этой связи, одним из важнейших факторов модернизации Казахстана является становление и развитие ЭП. В Стратегической программе «Казахстан-2030» приоритет был дан развитию информационной инфраструктуры, которая основывалась на становлении ЭП. Основы организации электронного правительства были провозглашены в Послании Президента Казахстана (2004г, 19 марта). 10 ноября 2004г. была принята «Программа формирования Электронного правительства» в РК на 2005 - 2007гг.».

За 14 лет после внедрения были проведены 4 основных этапа развития системы электронного правительства. Все указанные этапы помогли населению развивать сотрудничество во взаимодействии с государством (рисунок 1).



Рисунок 1 - Этапы формирования электронного правительства

Примечание - Составлено авторами на основе источника [13]

Первый этап является информационным, на этом этапе произошел запуск электронного правительства. На портале была информация о необходимых документах, размерах госпошлины, контактные данные государственных органов и их структура. То есть, портал только наполнялся информацией, которая могла быть полезной для граждан.

Именно на втором этапе пользователи портала могли получать необходимые документы, отправлять запросы в госорганы. То есть интерактивные услуги позволили сэкономить средства и время на сбор документов. На этом этапе были созданы основные элементы «электронного правительства», такие как – портал, «платежный шлюз», общая транспортная среда госорганов, идентификационная система, организация систем местных и центральных исполнительных органов власти.

Третий, транзакционный этап позволил гражданам оплачивать госпошлины, штрафы и коммунальные услуги не выходя из дома в режиме онлайн. Так же, на этом этапе повысилась прозрачность тендеров, так как конкурсы проводились в режиме онлайн, тем самым повысив доверие предпринимателей.

На сегодняшний день, электронное правительство в Казахстане находится на трансформационном этапе, где главной целью является оперативность и открытость в обслуживании граждан с помощью объединения интерактивных и транзакционных сервисов в комплексные услуги.

На каждом этапе мы видим эффективность работы электронного правительства. Например, создание ЭП привело к облегчению оказания и представления многих услуг (таблица 1).

Таблица 1. Изменения после внедрения портала ЭП, 2017 г.

Вид услуги	На первоначальном этапе	В настоящее время
Регистрация своего бизнеса	до 30 дней	15 минут
Выдача гражданам удостоверений на право управления автотранспортом	6 часов	2 часа
Регистрация частного предпринимательства	5-30 дней	1 день
Государственная регистрация юрлиц	до 30 дней	1 день
Регистрация по месту жительства	2 дня	1 день
Примечание - Составлено авторами на основе источника [14]		

Например, если раньше регистрация частного бизнеса длилась до 30 дней, то сейчас через портал ЭП можно зарегистрировать за 15 минут. Сокращены выдача гражданам водительских удостоверений с 6 часов до 2 часов, регистрация частного предпринимательства с 5-30 дней до 1 дня, регистрация юрлиц с 30 дней до 1 дня, регистрация по месту жительства с 2 дней до 1 дня. Это, в свою очередь, привело к снижению затрат времени.

Надо отметить, что компьютерная грамотность населения является немаловажным фактором при внедрении ЭП. К примеру, если большинство граждан не имеют ни знаний, ни грамотности в использовании компьютеров - снижается эффективность ЭП. Однако, по данным Комитета по статистике РК, с 2008г. уровень показателей по данному направлению значительно изменился в лучшую сторону (рисунок 2).

За последние годы, наблюдается динамика повышения грамотности населения и их обеспеченности компьютерами, это значит что к 2018г. больше 75% населения от 6 лет до 74 лет имеет компьютерную грамотность. Хотя, всего 10 лет назад этот показатель показывал меньше 20% и только всего у 18 граждан из 100 - были компьютеры.

Вместе с тем, эти изменения можно объяснить еще и тем, что, если в 2008г. доля населения, имеющие доходы ниже величины прожиточного минимума была 12,7%, то в 2017г. - этот индикатор показал 2,6%. К тому же, люди покупают компьютеры из-за необходимости, ведь общение между ними все больше перемещается в интернет и на сегодняшний день с помощью таких устройств можно удовлетворить свои потребности в онлайн режиме.



Рисунок 2 - Уровень обеспеченности компьютерами и компьютерной грамотности граждан на 100 чел. в РК (%)

Примечание - Составлено авторами на основе источника [15]

Электронное правительство динамично развивается в нашей стране и имеет большой интерес со стороны населения. Рассмотрим возрастную категорию активных пользователей портала ЭП (рисунок 3).

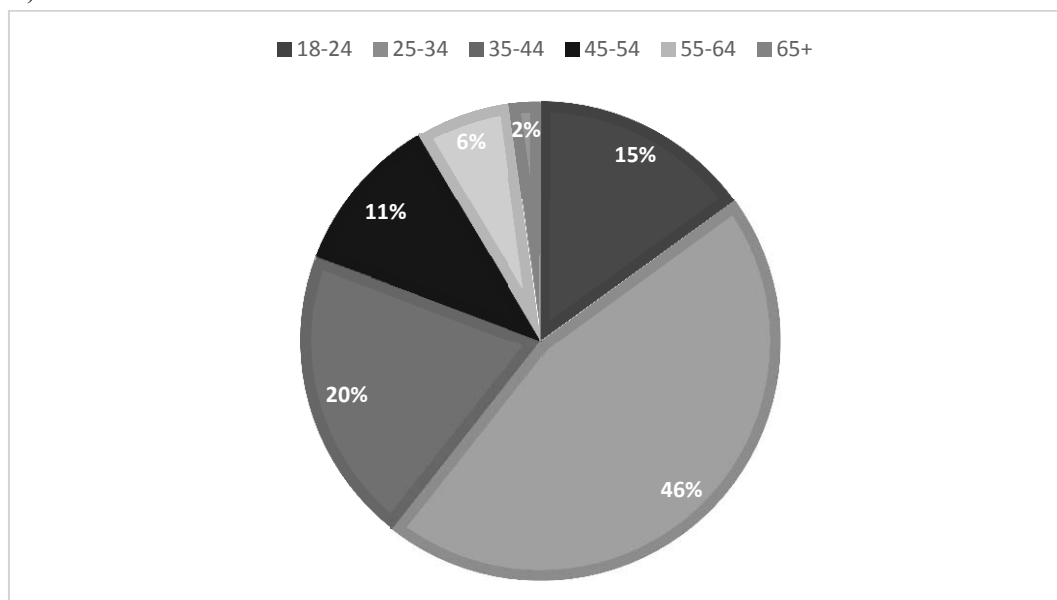


Рисунок 3 - Возрастная категория активных пользователей портала

Примечание - Составлено авторами на основе источника [16]

Как мы видим на вышеуказанном рисунке, почти 50% пользователей 25-34 лет, тогда как 20% занимает граждане от 35 до 44 лет. Эти данные наглядно показывают, что уровень компьютерной грамотности у старшего поколения намного ниже чем у молодежи. Это объясняется тем, что у людей старше 65 лет нет необходимости в использовании портала или они прибегают к помощи специалистов Центра обслуживания населения (ЦОН).

По данным «Казконтент», с целью поддержки организации отечественного интернета, услугами интернета чаще всего пользуются граждане от 25 до 34 лет.

Число регистрируемых граждан на портале с каждым годом только растёт. В частности, всего за 6 лет этот показатель вырос почти в 5 раз, показав в 2017 году 6 миллионов пользователей (рисунок 4). В стране количество зарегистрированных пользователей ЭП на начало 2018г. достигло свыше 7 млн. В то время как, в 2017г. было всего зарегистрировано около 1 млн. пользователей, в том числе 45912 юрлиц и 1023652 физлиц.

Такой рост регистрируемых пользователей показывает, что портал ЭП действительно удобен в использовании, ведь на портале доступно 297 услуг (2017 год). Число автоматизированных государственных услуг с каждым годом только растет, тем самым позволяя гражданам экономить свое время и ресурсы. К тому же, обеспечивая прозрачность всех процессов - повышает доверие населения по отношению к государственным служащим.

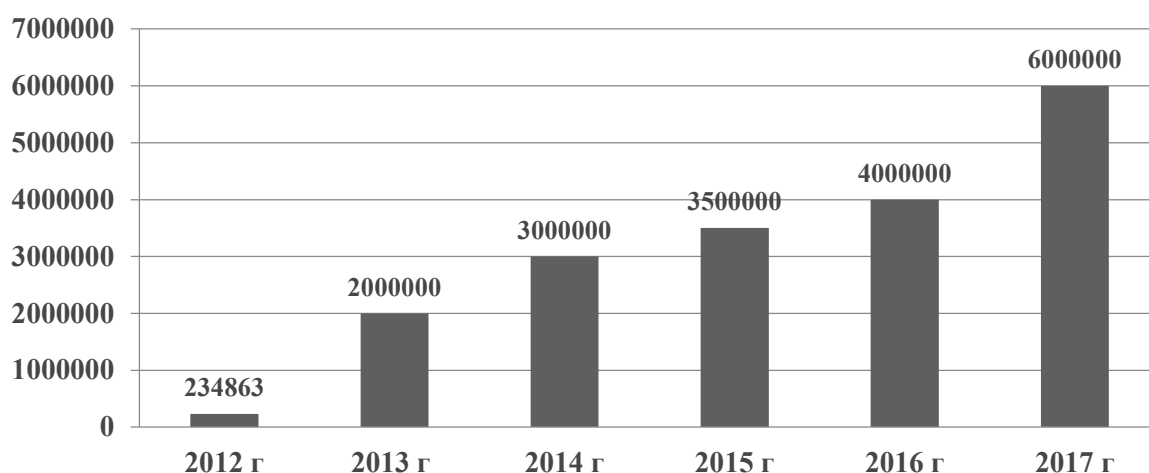


Рисунок 4 - Количество регистров на портале электронного правительства

Примечание - Составлено авторами на основе источника [16]

Проведем анализ посетителей электронного портала со всех регионов (рисунок 5). В Казахстане наиболее активным регионом в использовании услуг электронного портала является - Алматы. Одним из факторов влияющих на показатель активности - является численность населения. Так, по данным Комитета по статистике Республики Казахстан, в начале октября 2018 года численность населения в одном только городе Алматы достигнула 1 801 993 человек, тогда как в Усть-Каменогорске 316 093 человек [17].

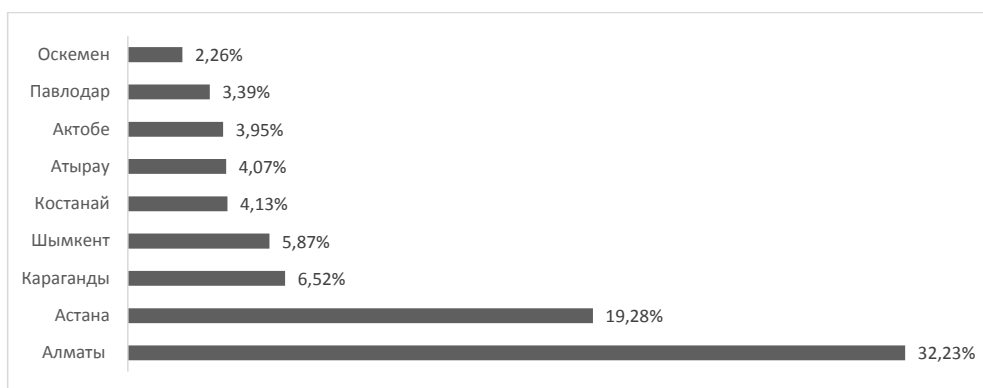


Рисунок 5 - Посетители портала всех регионов Казахстана за 2017 год

Примечание - составлено авторами на основе источника [16]

Число оказываемых услуг на портале e-Gov с каждым годом увеличивается. Например, в 2012 году этот показатель показывал всего 1,2 млн, когда в 2017 году по официальным данным через инфраструктуру ЭП было оказано свыше 34 млн. госуслуг. За все годы, начиная с запуска проекта оказано более 200 млн. услуг (таблица 2).

Таблица 2. Наиболее популярные электронные услуги казахстанского населения за 2017г.

Виды услуг «Семья»	
Выдача адресных справок	22 431 707 услуг
Постановка ребенка в очередь в детский сад	92 945 услуг
Подача электронного заявления на регистрацию брака	79 396 услуг
Подача электронного заявления на расторжение брака	4 291 услуг
Подача электронного заявления на регистрацию рождения	18 484 услуг
Виды услуг «Недвижимость»	
Выдача справки об отсутствии (наличии) недвижимого имущества	5 212 126 услуг
Получение справок о зарегистрированных правах (обременениях) на недвижимое имущество и его технических характеристиках	5 528 972 услуг
Виды услуг «Бизнес»	
Получение справки о зарегистрированном юридическом лице, филиале или представительстве	761 673 услуг
Государственная регистрация юридических лиц	33 421 услуг
Государственная регистрация прекращения деятельности юридического лица, снятие с учетной регистрации филиала и представительства ³	281 услуг
Примечание - Составлено авторами на основе источника [16]	

Как мы видим, наиболее популярными электронными услугами за 2017 год являются: выдача адресных справок, постановка ребенка в очередь в детский сад, подача электронного заявления на регистрацию брака, выдача справки об отсутствии (наличии) недвижимого имущества и другие.

Адресную справку получили почти 23 млн. раз, это объясняется тем, что вид данной справки востребован во многих случаях жизни – прием на новую работу, получение водительских прав, оформление кредита и другие. Касательно, выдачи справки об отсутствии (наличии) недвижимого имущества, с 17 мая 2010 года этот вид справки осуществляется только в форме электронного документа. В целом, для юридических лиц процесс сбора документации сейчас занимает не более 15 минут.

Отметим, число предоставляемых услуг на портале электронного правительства с каждым годом возрастает (рисунок 6). Одной из главных причин, является удобство в использовании и экономия времени. Так же, с каждым годом число электронных услуг увеличивается, что позволяет гражданам пользоваться порталом, не выходя из дома, с помощью ЭЦП.

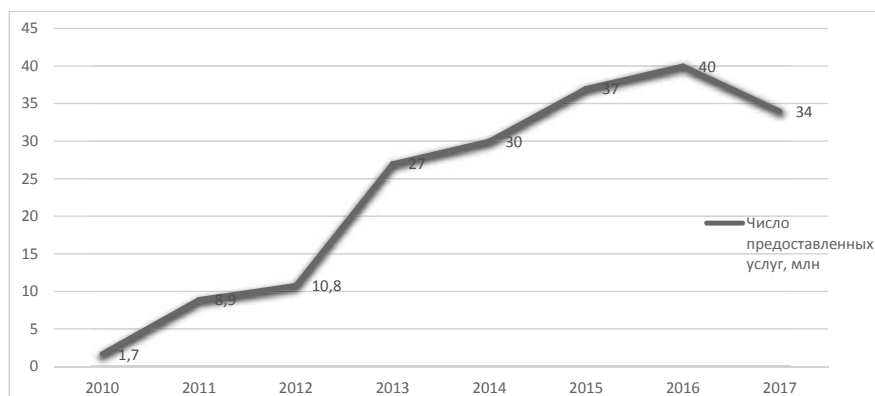


Рисунок 6 – Число предоставленных услуг, 2010-2017 гг. (млн. ед.)

Примечание - составлено авторами на основе источника [16].

За последние 8 лет, число услуг на электронном портале увеличивается. По данным 2017 года с момента начала работы в общем оказано 164,4 млн. услуг на портале e-gov. Это связано с тем что, все процессы автоматизируются и реализуются работы по увеличению электронных услуг. В свою очередь, это является показателем того что, с каждым годом для граждан создаются положительные условия для использования e-gov.

Выделим, электронное правительство с каждым годом улучшает свои показатели, соответственно, и количество, и качество предоставляемых услуг. На данный момент ЭП в Казахстане находится на четвертом этапе развития, где запуск комплексных услуг позволит улучшить качество обслуживания и уменьшит время для их получения.

За короткий период e-government в Казахстане сумел сократить время на получения некоторых услуг, с месяца до недели. По всему Казахстану уровень компьютерной грамотности увеличился в 4 раза, что позволяет большинству граждан пользоваться услугами портала в домашней среде.

Так же, активными пользователями портала являются граждане среднего возраста, в большей части из таких крупных городов как: Алматы, Астана, Караганды.

Электронное правительство тесно связано с такими компонентами, как информационное общество, электронная коммерция, электронный бизнес, электронный банкинг, доступ к информации, образование, компьютеризация, компьютерная грамотность. То есть, большую часть услуг ЦОНов осуществляются через портал - www.egov.kz.

В ходе исследования были вскрыты сильные и слабые стороны, показаны возможности и риски.

К слабым сторонам e-gov, к примеру, можно включить - неравенство в развитии информационной инфраструктуры по всей стране; низкая информированность населения о возможностях и услуг электронного правительства [18]. Так же есть риски, что повысятся цены на тарифы для интернета. К тому же, особенно, в сельской местности и удаленных территориях есть проблемы к доступу в интернет. Также 6 тысяч населенных пунктов считаются труднодоступными местностями, соответственно, строительство оптоволоконных линий связи представляется проблематичным.

К положительным результатам развития электронного правительства следует отнести: рост регистров на электронном портале, увеличение качества и видов электронных услуг, экономия времени, легкость и оперативность в использовании услуг. Так же, портал ЭП снижает бюрократию в государственных органах, систематизируя работу государственных служащих на основе снижения антикоррупционных преступлений [19].

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

В общем, электронное правительство – Концепция осуществления государственного управления, свойственная информационному обществу, базирующаяся на возможностях информационно-телекоммуникационных технологий и ценностях открытого гражданского общества. Его основные особенности - ориентированность на потребности граждан, экономическая эффективность, прозрачность и всесторонность общественного контроля.

На сегодняшний день, электронное правительство в Казахстане динамично развивается, позволяя гражданам пользоваться государственными услугами в онлайн режиме. Например, широкополосный доступ (ШПД) в Интернет обеспечен в 122 городах и 1200 селах страны.

Кроме того, на Едином портале гражданам и представителям бизнеса будут осуществлять онлайн-услуги, электронные услуги документооборота в правительственных и парламентских структурах, услуги общей базы данных с целью прекращения процесса дублирования информации.

Проанализированы статданные оказания различных видов электронных услуг, степень обеспеченности компьютерами, компьютерной грамотности категорий пользователей и др. В результате это дало возможность оценить уровень эффективности работы ЭП, обосновать факторы, которые позволили оптимизировать затраты и время юрлиц и физлиц по подготовке документов.

Установлено, что необходимо устранить проблемы развития информационно-коммуникационных технологий в РК, как - снизить информационное неравенство в сельских и труднодоступных регионах и пунктах; имеет место недостаточная информация о возможностях электронной цифровой подписи;

еще не все слои населения используют регулярно весь ассортимент услуг электронного правительства; присутствует широкий разброс цен на интернет-услуги.

В качестве рекомендации надо добавить, что очень важно обеспечить конфиденциальность и безопасность всех данных о гражданах, защиту от кибератак и предотвращение отслеживания и контроля каждого человека.

Так же, очень важно предотвращать сбои электронной системы, так как эти проблемы могут вовлечь за собой исчезновение всех данных и сбой работы в ЦОН и в самой системе ЭП.

Нужно повысить межведомственное взаимодействие в рамках использования цифровых технологий в целях продолжения автоматизации государственных услуг. Обеспечить вовлеченность всех структур и объектов в этот процесс и создать массивы данных в виде «big data» на всех граждан РК.

Таким образом, Казахская модель электронного правительства была позитивно принята и высоко оценена мировым сообществом - об этом свидетельствуют высокие позиции в международных и республиканских рейтингах, номинациях в конкурсах. Степень развития казахского электронного правительства оценивается как «развивающаяся» (emerging leaders) и считается одним из самых успешных проектов. В республике за последние годы наметилась позитивная тенденция в области повышения эффективности государственного управления после внедрения и успешной деятельности портала электронного правительства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Назарбаев Н.А. Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни // Послание Президента народу Казахстана. - Астана: Акорда, 2018. - 24с.
- 2 Официальный сайт Министерства информации и коммуникаций Республики Казахстан [Электрон.ресурс]. - 2017. - URL: <http://mic.gov.kz/ru/kategorii/connection-point> (дата обращения: 14.12.2018).
- 3 Об утверждении требований к содержанию, ведению и информационному наполнению электронными информационными ресурсами веб-портала "электронного правительства" / Приказ и.о. Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 26 января 2016 года, № 74. [Электрон. ресурс]. - 2016. - URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013193> (дата обращения: 18.12.2018)
- 4 Об утверждении Перечня государственных и иных услуг в электронной форме, оказываемых посредством веб-портала "электронного правительства" и абонентского устройства подвижной сети / Приказ и.о. Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 28 января 2016 года № 106. [Электрон.ресурс]. - 2016. - URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013354> (дата обращения: 18.12.2018)
- 5 Klaus Schwab. The Fourth Industrial Revolution. - Geneva: World Economic Forum, 2016. - 172 p.
- 6 Benchmarking E-government: A Global Perspective - Assessing the Progress of the UN Member States. - United Nations Division for public Economics and Public Administration. - American Society for Public Administration, May 2018. - 143 p.
- 7 Смит Б. Общество, основанное на знании: политика Европейского Союза // *Информационное общество*. - 2017. - № 4. - С. 18-23.
- 8 Brown, David. Electronic government and public administration / Brown, David // *International Review of Administrative Sciences*. - London, 2016. - Vol. 71 (2). - P. 241-254.
- 9 А.Голубуцкий. Электронное правительство как концепция государственного управления в информационном обществе. Реинжиниринг внутриправительственных процессов: G2G-модуль электронного правительства // *Правительственные сервисы для граждан и бизнесов*. - 2017. - № 2. - С. 25-31.
- 10 Тарасов А.М. Электронное правительство: понятие и система // *Право и кибербезопасность*. - 2018. - № 2. - С. 36-45.
- 11 Daria, Gustova. The impact of e-government strategy on economic growth and social development // *International scientific and technical cooperation*. Russia, 2017. - Vol.2 - P.120-123.

- 12 Godel, M.I., Harms, A., Jones, S., Mantovani, I. Reducing costs and barriers for businesses in the single market // *European Parliament study*. European Union, 2017. – P.46-47.
- 13 Этапы формирования электронного правительства. [Электрон.ресурс]. – 2016. - URL: <http://zerde.gov.kz/activity/ict/publication/2196/> (дата обращения: 20.12.2018)
- 14 Изменения после внедрения электронного правительства за 2017 год. [Электрон.ресурс]. – 2018. - URL: <http://www.egov.kz/> (дата обращения: 20.12.2018)
- 15 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электрон.ресурс]. – 2018. – URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersLivingStandart?_afzLoop=1643605584688248#%40%3F_afzLoop%3D1643605584688248%26_adf.ctrl-state%3D152j9hfqbc_127 (дата обращения: 21.12.2018)
- 16 Официальный сайт Электронного правительства Республики Казахстан [Электрон.ресурс]. – 2018. – URL: <https://egov.kz/cms/ru/information/about/stat> (дата обращения: 21.12.2018)
- 17 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электрон.ресурс]. – 2018. – URL: stat.gov.kz/faces/publicationsPage/publicationsOper/ (дата обращения: 22.12.2018)
- 18 Selim Dzhakhan. Human Development Report. – New York, 2018. - P.26- 27.
- 19 Смагулова Ш.А., Науканбай Л. Оценка реализации карьерной модели государственной службы в Казахстане // *Central Asian Economic Review (CAER)*. – Алматы, 2018. - №5-6 (123). – С.11-21.

REFERENCES

- 1 Nazarbaev N.A. Rost blagosostoyaniya kazakhstantsev: povyshenie dokhodov i kachestva zhizni // *Poslanie Prezidenta narodu Kazakhstana*. - Astana: Akorda, 2018. – 24s.
- 2 Ofitsial'nyi sait Ministerstva informatsii i kommunikatsii Respubliki Kazakhstan [Elektron.resurs]. – 2017. – URL: <http://mic.gov.kz/ru/kategorii/connection-point> (data obrashcheniya: 14.12.2018).
- 3 Ob utverzhdenii trebovaniy k sodержaniyu, vedeniyu i informatsionnomu napolneniyu elektronnyimi informatsionnymi resursami veb-portala "elektronnogo pravitel'stva" / Prikaz i.o. Ministra po investitsiyam i razvitiyu Respubliki Kazakhstan ot 26 yanvarya 2016 goda, № 74. [Elektron.resurs]. – 2016. - URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013193> (data obrashcheniya: 18.12.2018)
- 4 Ob utverzhdenii Perechnya gosudarstvennykh i inyykh uslug v elektronnoy forme, okazyvaemykh posredstvom veb-portala "elektronnogo pravitel'stva" i abonentskogo ustroystva podvizhnoi seti / Prikaz i.o. Ministra po investitsiyam i razvitiyu Respubliki Kazakhstan ot 28 yanvarya 2016 goda № 106. [Elektron.resurs]. – 2016. - URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013354> (data obrashcheniya: 18.12.2018)
- 5 Klaus Schwab. The Fourth Industrial Revolution. – Geneva: World Economic Forum, 2016. – 172 r.
- 6 Benchmarking E-government: A Global Perspective - Assessing the Progress of the UN Member States. - United Nations Division for public Economics and Public Administration. - American Society for Public Administration, May 2018. – 143 r.
- 7 Smit B. Obshchestvo, osnovannoe na znaniy: politika Evropeiskogo Soyuza // *Informatsionnoe obshchestvo*. - 2017. - № 4. - S. 18-23.
- 8 Brown, David. Electronic government and public administration / Brown, David // *International Review of Administrative Sciences*. – London, 2016. - Vol. 71 (2). – P. 241-254.
- 9 A.Golubutskii. Elektronnoe pravitel'stvo kak kontseptsiya gosudarstvennogo upravleniya v informatsionnom obshchestve.Reinzhiniring vnutripravitel'stvennykh protsessov: G2G-modul' elektronnogo pravitel'stva // *Pravitel'stvennye servisy dlya grazhdan i biznesov*. – 2017. - № 2. – S. 25-31.
- 10 Tarasov A.M. Elektronnoe pravitel'stvo: ponyatie i sistema // *Pravo i kiberbezopasnost'*. – 2018. - № 2. – S. 36-45.
- 11 Daria, Gustova.The impact of e-government strategy on economic growth and social development // *International scientific and technical cooperation. Russia*, 2017. – Vol.2 – P.120-123.
- 12 Godel, M.I., Harms, A., Jones, S., Mantovani, I. Reducing costs and barriers for businesses in the single market // *European Parliament study*. European Union, 2017. – P.46-47.

- 13 Etapy formirovaniya elektronnoy pravitel'stva. [Elektron.resurs]. – 2016. - URL: <http://zerde.gov.kz/activity/ict/publication/2196/> (data obrashcheniya: 20.12.2018)
- 14 Izmeneniya posle vnedreniya elektronnoy pravitel'stva za 2017 god. [Elektron.resurs]. – 2018. - URL: <http://www.egov.kz/> (data obrashcheniya: 20.12.2018)
- 15 Ofitsial'nyi sait Komiteta po statistike Ministerstva natsional'noi ekonomiki Respubliki Kazakhstan [Elektron.resurs]. – 2018. – URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersLivingStandart?_afLoop=1643605584688248#%40%3F_afLoop%3D1643605584688248%26_adf.ctrl-state%3D152j9hfqbc_127 (data obrashcheniya: 21.12.2018)
- 16 Ofitsial'nyi sait Elektronnoy pravitel'stva Respubliki Kazakhstan [Elektron.resurs]. – 2018. – URL: <https://egov.kz/cms/ru/information/about/stat> (data obrashcheniya: 21.12.2018)
- 17 Ofitsial'nyi sait Komiteta po statistike Ministerstva natsional'noi ekonomiki Respubliki Kazakhstan [Elektron.resurs]. – 2018. – URL: stat.gov.kz/faces/publicationsPage/publicationsOper/ (data obrashcheniya: 22.12.2018)
- 18 Selim Dzhakhan. Human Development Report. – New York, 2018. - P.26- 27.
- 19 Smagulova Sh.A., Naukanbai L. Otsenka realizatsii kar'erno modeli gosudarstvennoi sluzhby v Kazakhstane // Central Asian Economic Review (CAER). – Almaty, 2018. - №5-6 (123). – S.11-21.

ТҮЙІН

Ғылыми зерттеулер Қазақстандағы электрондық үкімет порталын құруға арналған. Жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологияларды енгізу азаматтар үшін де, компаниялар үшін қажетті сертификаттар мен құжаттарды алу кезінде уақыт үнемдеуді және тиімділікті қамтамасыз етеді. Қазіргі уақытта республикада «бір терезе» қағидаты бойынша жұмыс істейтін 350-ден астам халыққа қызмет көрсету орталығы жұмыс істейді. Қазақстанда электрондық цифрлық қолтаңбаны құру кезеңдерін қарау жалпы нормативтік база қалыптастырылып, жаңа талшықты-оптикалық технологиялар енгізілуін көрсетті. Халыққа және заңды тұлғаларға қызмет көрсетудің тиімділігі мен ашықтығына қол жеткізілді. ЭП порталында тіркелген азаматтар санының өсуіне ықпал ететін факторлар негізделген. Электрондық қызметтердің ең танымал түрлері анықталды. Ақпараттық инфрақұрылымның біркелкі емес дамуы, Интернет қызметтері үшін бағалардың құбылмалылығы, тәуекелдер, кибершабуылдар және т.б. сияқты елде электронды қолтаңбаны ұйымдастыру мәселелері анықталды. Электрондық цифрлық қолтаңба порталының жұмысының тиімділігін арттыру үшін жаңа цифрлық технологияларды қолдану және үлкен деректер массивін кеңейту жолдары қарастырылған.

SUMMARY

Scientific research is devoted to the creation of an e-Government portal in Kazakhstan. The introduction of new information and communication technologies provides time savings and efficiency in obtaining the necessary certificates and documents, both for citizens and for companies. Currently, over 350 population service centers operating on the principle of "one window" are carried out in the republic. Consideration of the stages of creating an electronic signature system in Kazakhstan has shown that, in general, the regulatory framework has been formed and new fiber-optic technologies are being introduced. The efficiency and openness in the provision of services to the population and legal entities has been achieved. The factors affecting the increase in the number of registered citizens on the EP portal are substantiated. Identified the most popular types of electronic services. Problems of the organization of electronic signature in the country are revealed, such as the uneven development of information infrastructure, price volatility for Internet services, risks, the presence of cyber-attacks, etc. Ways are given to increasing the effectiveness of the operation of the digital signature portal by applying new digital technologies and expanding the big data array.

UDC 330 IRSTI 06.51.25

JEL Classification O1, O44, P18

SOLAR ENERGY DEVELOPMENT AND MARKET EXPANSION IN SOUTH-EAST ASIA: THE CASE OF MYANMAR AND VIETNAM

I.V. Onyusheva,

PhD, Associate Professor, Professor of RAM, RANH,
Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan
E-mail: dr.irina.onyusheva@gmail.com

G. Yaw Myaw, MBA

Stamford International University,
Strategy First Institute, Yangon, Myanmar
Email: myawyawng@gmail.com

ABSTRACT

Purpose – This paper is devoted to solar energy development and market expansion in South-East Asia taking into consideration the case of Myanmar and Vietnam.

Methodology - The research methodology of this paper is based on conducting the comparative analysis of existing patterns of macroeconomic development, political and social issues in the context of the solar energy industry in Myanmar and Vietnam. It is also implemented PESTEL, SWOT, risk management techniques, systematic vision, causes and consequences analysis, and expert assessment.

Originality/Value – Myanmar and Vietnam are very highly potential developing markets of South-East Asia those having both strategic geographic locations and many contemporary attractive competitive advantages for international business development. The given research is studied the solar energy industry in the context of analysis of leading representatives both in Myanmar and Vietnam. Thus, this article presents the most contemporary analytical review of this current economic situation of the solar energy sector in Myanmar and Vietnam based on the latest data of 2016-2018.

Findings – In the given research it has been studied the current issues of solar energy development and market expansion in Myanmar and Vietnam. It has been presented detailed market analysis including consideration of key representative companies, market entry strategies, and detecting market features of Myanmar and Vietnam. It has been carried out risk identification, risk assessment and risk management analysis detecting significant business development environmental factors for the solar energy development in South-East Asia. Based on risk management methods, it is suggested risk management strategies and future development prospects in the framework of further solar energy market expansion.

Key words – Solar energy, development, market expansion, South-East Asia, Myanmar, Vietnam.

INTRODUCTION

This paper is devoted to research of solar energy development and market expansion issues, particularly in South-East Asia region, taking into consideration Myanmar and Vietnam. Within the research, it basically covers the topics about the brief introduction of the solar industry, brief introduction of the company, the market comparison, market entry strategy and risk identification and assessment, managing risk analysis of Myanmar and Vietnam markets. The solar energy industry is booming these days around the world including South-East Asian market that has a really large potential to invest. In this sense, the Myanmar government is paying attention to the renewable energy, especially solar energy [1]. It is the appropriate time to enter and invest the solar market of Myanmar, but there are also several potential risk factors to be considered. So, the report has mentioned the risk analysis and the managing risk strategy methods in order to reduce the risk.

INDUSTRY PORTFOLIO AND COMPETITIVE ADVANTAGES

The world currently relies heavily on the coal, oil and natural gas for the energy production, which are not renewable and limited quantity. But during these days, the renewable energy like solar energy is becoming more popular and reliable to use as they are renewable and can use long term. Developed countries are encouraging to use the solar energy.

According to the current data of the Average Annual Growth Rates of Renewable Energy Capacity and Biofuels Production, End-2010 to End-2015, it is shown that solar power is the highest growth rate in renewable energy to produce the electricity. Nowadays, a lot of investments are being made in making the future solar better, cheaper and easier. The production costs of the solar equipment have been decreased by around 27 percent [2]. According to the report of Solar PV Capacity shares of Top 15 countries in 2015, it could be seen that China has got the largest share of 30% overall market share. Moreover, Chinese solar companies are also the global leaders in the solar industry [3].

As a key industry representative in this field in Myanmar, it should be mentioned about 'Jinko' Company. The vision of the company is to "revolutionize our energy mix and take responsibility to ensure a sustainable future". The mission of the company is "to provide a comprehensive, one-stop clean energy solution and become the industry benchmark" [4].

The 'Jinko' is one of the largest global leaders in the solar industry, having the 10.4% of global market share. 'Jinko' has more than 12,000 employees all over the world and there are 8 production plants in 4 countries and 21 warehouses in the 9 countries. The 'Jinko' Company is always looking for the opportunity to expand the promising solar market and there are already 30 sales offices with approximately 2,000 customers in more than 90 countries. The 'Jinko' Solar distributes its solar products and sells its solutions and services to a diversified international utility, commercial and residential customer base all over the world [5].

The 'Jinko' has established since 2006 and it has been 12 years that the company has been started. It has one of the industry's largest R&D centers and UL certified module testing facilities with over 250 scientists and solar experts, always trying to optimize the modules into more efficient, reliable, durable and cost-effective PV energy solutions. Moreover, the manufacturing system of 'Jinko' can be produced according to the tailored made requirement depending on the customers [4].

The main competitive advantages of the 'Jinko' is the quality of the product. As the company has got its own R&D department, the 'Jinko' would like to serve the best customer service process by delivering the best product reliability and quality to the customers with strict quality control process. In addition, the management always encourages the new innovations in order to make sure to produce the competitive products. According to the annual income statement of 2017, it has invested around 10% of the gross profit into the research and development. Moreover, in the overall shipments graph from 2010 to 2017, it could be seen that the compound annual growth rate has been increased by 47% continuously which is the total figure combined from the various sales regions all over the world [5]. It could be assumed that there is a great potential for 'Jinko' Company.

KEY EXPANSION MARKET

As 'Jinko' Company is looking for the new potential market to expand the business, the South East Asia countries could be taken into account. By 2050, the South East Asia region's population is expected to grow by another 25%, so, there is a huge demand on the supply of electricity in the regional countries. According to the ASEAN Ministers on Energy Meeting (AMEM), it is being said that ASEAN is going to use the renewable energy sources concerning with the huge demand for electricity in the region. In addition, as the solar PV prices have been decreased 27 percent in the last year, the ASEAN leaders are very interested in solar energy investment and inviting energy investment in their countries [2].

According to the political stability, government policies and regulation, solar energy market potential, profitability and infrastructure resources, it is selected two most potential countries: Myanmar and Vietnam.

MYANMAR MARKET ANALYSIS

Myanmar is an emerging market with an annual GDP growth rate of 5.9 in 2017 [6]. Since the new NLD government has been changed, the government policies and regulations have been adjusted and some are on the way in adjusting. There are 5.4 millions of people in Myanmar and the demand for electric power supply

is increased by 15 percent yearly. It is expected that the power consumption demand will be 4,531MW in the next two years by the ministry. Currently, there are 3,189MW is being generated by the government, but there is a 1,342MW power supply deficit to meet the requirement at the present time [7].

According to the report “Myanmar’s Electricity Vision”, it is shown that the government is planning to use the green energy in order to meet Myanmar’s future energy needs and the current energy crisis. It is expected that the green energy business sector can create 3.8 million jobs in the next 35 years in Myanmar [8]. Furthermore, the solar energy will be the most used renewable energy in 2050 with 46 percent of all renewable energy mix. Therefore, it can be seen that there is also a huge potential in the solar energy sector. At the same time, there are some really weak economic points that must be improved in Myanmar market, particularly labor market [9-11]. The SWOT analysis of Myanmar market is as below in Table 1.

Table 1 - SWOT Analysis of Myanmar Market

Strengths	Weaknesses
The penetration of solar energy in Myanmar is increasing dramatically from 9% in 2014 to 25-27% in 2016. Two solar projects have been signed in Mar 2016 and started to build in early 2018. 108USD per month of minimum wages which is much lower than Vietnam (176.31 per month). A large population of youth in demographics	Poor infrastructure support Few skilled working force
Opportunities	Threats
Government plans to use the solar energy as the main energy source with 46 percent in overall energy source. The huge potential solar market as there are still power deficit in some regions of the country, for e.g.: some households from rural areas are using household size solar PV plate to generate electricity. Few competitors are in the Myanmar solar energy market, so, can be the market leader if it is earlier to enter the market.	Unstable exchange rate: USD and Myanmar Kyat currency exchange rate is unstable and can effect on the profit. Political risk: Corruption is common in some government offices in order to proceed the process smoothly.

Note: Source – Compiled by authors on the base of [1-3;6-11].

VIETNAM MARKET ANALYSIS

Vietnam is one of the fastest-growing economies and it is expected to become the developed country by 2020. There is a massive power demand for the developing economy and it is expected to have 320 TWh power demand in 2020 [12]. Vietnam government has planned a long-term strategy to increase the use of renewable energy according to the Vietnam energy outlook report in 2017 [13].

Most importantly, the government is planning to use the solar energy as the country’s main energy sources of electrical output. There is only 0.01 percent of solar power in overall country’s total power output in Vietnam currently, but the government is planning to increase the ratio to 3.3 percent in the next decade. Recently, several nuclear power projects are being canceled and being replaced with solar power plant projects at the cost of 2 billion USD [14]. On the other hand, there is already a really hot competition in the Vietnam market with so many solar companies from the local as well as US, Taiwan and Chinese. The SWOT analysis of Vietnam market is as below in Table 2.

Table 2 - SWOT Analysis of Vietnam Market

Strengths	Weaknesses
Well-built infrastructure Vietnam ranked 82 out of 190 countries concerning with the ease of doing business in 2016 (Kerli, 2018) Stable GDP growth of around 6.46%	Many local and foreign competitors in the solar industry Price and technology competitiveness is very high in terms of solar energy equipment
Opportunities	Threats
The promising potential market for the solar energy sector Government focus on the solar energy as the main energy source	In some government departments, bribery cases could be still found and companies have to spend the extra budget for that.

Note: Source – Compiled by authors on the base of [12-16].

The market comparison between Myanmar and Vietnam is represented below in Table 3.

Table 3 - Market Comparison Between Myanmar and Vietnam

Factors	Myanmar	Vietnam
Political Stability	Some conflicts in northern and western part of the country	Basically stable political situation
Population	55,3 million	92.7 million
Competition	Few	Severe
Entry Barrier	Low	High
Minimum Labor Cost	108USD per month	176.31 per month
Infrastructure resources	Poor infrastructure support	Well-built infrastructure
Tax Exemption and Tax Incentives	The Foreign Investment Law of 2012 provides general incentives that can be used by investors in renewable energy projects. Key incentives include: 5-year income tax holiday for foreign investors; Income tax relief for up to 50% of the profits for exported goods; Reductions on research and development expenses; Rights to carry forward and loss and offset for three consecutive years; Exemptions or relief of customs duties for import of machinery, equipment, instruments, spare parts, and materials required by the company.	There are tax exemptions and incentives applicable to the solar energy, for instance, corporate income tax (CIT) at 10% for 15 years and import goods exemption for the goods used in implementing the solar project etc.

Note: Source – Compiled by authors on the base of [2;3;8;11-18].

According to the analysis, both of the countries have several advantages and disadvantages according to different scenarios. Depending on the ‘Jinko’ Company current situation, it could be time to find the new large potential market for further growth. As Bill Gallery, Project Manager of Lighting Myanmar once said: one of the biggest challenges in Myanmar solar industry is the low-cost competition [17]. However, as ‘Jinko’ company already has its own research department and advanced technology, the quality and price of the product can be well adapted.

Moreover, there is 26.962 GW solar energy opportunity in Myanmar, according to the Bui Duy Thanh, Principal Energy Economist at ADB. The penetration of solar energy in Myanmar is increasing dramatically from 9% in 2014 to 25-27% in 2016 [18].

Therefore, it is suggested to invest in Myanmar solar market at the present time as it is a really new promising potential market. Again, being the early entrant in the fresh solar market would be one of the competitive advantages to become the market leader and it will enhance more brand loyalty and gain the most potential market share.

MARKET ENTRY STRATEGY

After deciding the country, the entry mode of the market is also one of the most critical factors for the market internalization strategy. Based on current situation analysis, we would like to recommend the Joint Venture Method to enter the Myanmar solar market as the ‘Jinko’ has little knowledge about the current solar market situation, distribution, local resources and most importantly, the relationship with the local government. As the solar energy projects are given as a tender by the local government, it is very important to have a good mutual strong relationship with the government. On the other hand, by doing a joint venture with the local solar company partner, ‘Jinko’ Company can already get the local solar networks and in a way, it can reduce costs and risks.

In addition, it could be found an appropriate partner in the local market and negotiate the flexible agreement with them. In the worst case, even if the project is failed, the company can exit the market with less cost according to the terms and condition signed in the contract, unlike the other entry market. Compared with other market entry method, the joint venture is more likely to be suitable for this case as the company can test entering the market that has promising potential market balanced with risks.

RISK IDENTIFICATION, ASSESSMENT AND MANAGEMENT

As there is a lot of potential in the solar industry in Myanmar, there are a lot of potential risks to be considered too. Potential risks are analyzed according to the PESTEL analysis. The key potential risk factors are mentioned below.

Political Perspective. Even though the political situation is unstable in some northern and western part of the country, but the population in those rural areas are few and there is no enough profitable market for those areas. There could be some cases to give gifts to the government authorities in order to get the news of the project or probably tender for the solar project. Therefore, it could make the extra cost to the company. The 'Jinko' mainly focuses on the large commercial solar energy projects, the relationship with government departments is critically important.

Economic Perspective. The economy GDP growth is relatively stable and increasing year by year according to the report. So, there is a relatively low risk in this area. During these days, the Myanmar government has officially announced the change of increase in minimum wages [10]. It is likely to be expected that the spending power of the consumers will be higher and the economy is in a growing stage.

On the other hand, the infrastructure is still not yet fully developed. So, it will have an effect on the organization in terms of transportation and delivering equipment.

Social Perspective. Myanmar has large young demographic populations which are young and energetic enough to work [11]. But, from another perspective, the working force still needs to be trained well in order to perform efficiently. The young working force has not prepared the skills and abilities that need to be used in the job, so, it could be expected that it may take time to train them.

Technology Perspective. Relating to the technology perspective of the solar energy segment, there is literally no energy production equipment being made in Myanmar. Most of them are all imported from the foreign countries like China, Thailand, India etc.

Environmental Perspective. As the solar energy production itself is very environmentally, there is a very low potential risk in the environment segment.

Legal Perspective. According to the Myanmar Investment Law [18], it encourages that foreigner to work together with local partners in terms of regulation and ownership. As it is going to operate the joint venture, it could get the benefits by working together with local partners. Myanmar government operation efficiency is mostly paperwork, so it can take more time than normal. In Table 4 it is presented the risk identification and assessment matrix.

Table 4 – Risk Identification and Assessment Matrix

Risk Identification	Impact on organization	Severity of impact	Likelihood/Probability	Score
Political Perspective	Increase cost Time-consuming Low efficiency	A 100	80%	100
Economy Perspective (Poor infrastructure)	Need to invest more cost in operation and transportation which will result in higher price margin Time-consuming	A 100	70%	80
Social Perspective (Unprofessional working force)	Need to invest more training cost to develop the skills of the employees Time-consuming to develop professional skills	B 50	70%	80
Legal Perspective (Low-efficiency operation)	May take more time to complete official paperwork process Need to prepare more cost to do the government operation paperwork	B 50	70%	80

Note: Source – Compiled by authors on the base of [2;3;8;11-18].

According to the risk identification and risk assessment, the probability of the most potential risk that has 100 scores are not likely to be avoided and need to prepare ahead of it. Regarding the political and economic risk, there should be budget preparation and adaptation to change the plan in accordance with the situation change, as both of the risks cannot be transferred or avoided.

On the other hand, the social and legal risk can be somewhat transferred to the third party outsourcing service company. From the social perspective, the talented local employees can be recruited from the third party outsourcing company. Relating to the legal perspective, there are third parties who help to process the government procedures and follow up the progress. Those third parties service providers can make sure to complete the official paperwork processes within the time frame depending on different service fees. However, as 'Jinko' Company will have a joint venture relationship with the local partner, it can be assumed that the risks are being shared with the local partner.

CONCLUSION

In conclusion, it is seen there is a huge potential market to invest while there are totally high-risk factors that could have an impact on the investment. I believe that the higher risk, there will be a higher return. Also, there are solutions that can be managed to reduce the risks from occurring and achieve the objective. Therefore, the 'Jinko' Company is recommended to invest the solar energy sector in Myanmar with joint venture market entry method which is in a way sharing risks and could test entering the potential of Myanmar market.

REFERENCES

- 1 Min, Y. (2017). PR: Green Energy is the fastest way to solve Myanmar's energy crisis. [Electronic source]. – URL: <http://www.wwf.org.mm/> (Accessed: 22.10.2018)
- 2 Otin, P. (2018). Southeast Asia's Coming Solar Boom. Renewable Energy World. [Electronic source]. – URL: <https://www.renewableenergyworld.com/articles/2018/02/southeast-asia-s-coming-solar-boom.html> (Accessed: 22.10.2018)
- 3 The BP Statistical Review of World Energy for 2017. [Electronic source]. – 2017. – URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/en/corporate/pdf/energy-economics/statistical-review-2017/bp-statistical-review-of-world-energy-2017-full-report.pdf> (Accessed: 22.10.2018)
- 4 Jinko Solar Company Profile. 'Jinko' Solar Company. [Electronic source]. – 2018. – URL: https://www.jinkosolar.com/projects_9.html?lan=en (Accessed: 22.10.2018)
- 5 Jinko Company Financial. Nasdaq. [Electronic source]. – 2018. – URL: <https://www.nasdaq.com/symbol/jks/financials?query=income-statement> (Accessed: 22.10.2018)
- 6 Myanmar Annual GDP Growth Rate. Trading Economics. [Electronic source]. – 2018. – URL: <https://tradingeconomics.com/myanmar/gdp-growth-annual> (Accessed: 22.10.2018)
- 7 Nilar (2018). Minbu solar power plant construction begins. [Electronic source]. – 2018. – URL: <http://www.elevenmyanmar.com/local/13358> (Accessed: 22.10.2018)
- 8 World Population Review. Myanmar Population. [Electronic source]. – 2018. – URL: <http://worldpopulationreview.com/countries/myanmar-population/> (Accessed: 22.10.2018)
- 9 Briefing, V. (2018). ASEAN minimum wages. [Electronic source]. – URL: <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-minimum-wages-on-the-rise-in-2018.html/> (Accessed: 22.10.2018)
- 10 Aung, S. T. (2018). Minimum wages in Myanmar. Labour permanent secretary. [Electronic source]. – URL: <http://www.mizzima.com> (Accessed: 22.10.2018)
- 11 Phyo, N. L. (2018). Government sets new daily minimum wage at K4800. Myanmar Times. [Electronic source]. – URL: <https://www.mmtimes.com/news/government-sets-new-daily-minimum-wage-k4800.html> (Accessed: 22.10.2018)
- 12 Hays, J. (2014). Energy in Vietnam. [Electronic source]. – URL: http://factsanddetails.com/southeast-asia/Vietnam/sub5_9g/entry-3486.html (Accessed: 22.10.2018)
- 13 Vietnam Energy Outlook Report for 2017. Vietnam: Denmark Embassy. [Electronic source]. – 2017. – URL: https://ens.dk/sites/ens.dk/files/Globalcooperation/Official_docs/Vietnam/vietnam-energy-outlook-report-2017-eng.pdf (Accessed: 22.10.2018)

14 Anh, N. (2018). Solar power construction takes off in Vietnam after nuclear plans scrapped. [Electronic source]. – URL: <https://e.vnexpress.net/news/business/solar-power-construction-takes-off-in-vietnam-after-nuclear-plans-scrapped-3708674.html> (Accessed: 22.10.2018)

15 Vietnam Country Profile, BBC News. [Electronic source]. – 2018. – URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-16567315> (Accessed: 22.10.2018)

16 Top 11 Reasons Why to Invest in Vietnam. Emerhub. [Electronic source]. – 2018. – URL: <https://emerhub.com/vietnam/top-11-reasons-why-to-invest-in-vietnam/> (Accessed: 22.10.2018)

17 Beetz, B. (2018). Myanmar's solar lifeline. [Electronic source]. – URL: <https://www.pv-magazine.com/2018/01/20/the-weekend-read-myanmars-solar-lifeline/> (Accessed: 22.10.2018)

18 The Foreign Investment Law of Myanmar. International Energy Agency. [Electronic source]. – 2017. – URL: <http://www.iea.org/policiesandmeasures/pams/myanmar/name-161526-en.php> (Accessed: 22.10.2018)

ТҮЙІН

Оңтүстік Шығыс Азияда күн энергиясын дамыту және нарықты кеңейту: Мьянма мен Вьетнам мысалында

Аталған мақала Мьянма мен Вьетнам мысалында Оңтүстік Шығыс Азияда күн энергиясын дамыту және нарықты кеңейтуге арналған. Мақаладағы зерттеу методологиясы Мьянма мен Вьетнамдағы күн энергиясы индустриясы контекстінде салыстырмалы және жүйелі талдауға, себептер мен салдарды, статистикалық топтама әдістерін және сараптамалық бағалауды талдауға негізделген. Бұдан басқа, жұмыста PESTEL, SWOT, тәуекелдерді басқару әдістері, жүйелік және себептік-салдарлық талдаулар, сараптамалық бағалау қолданылған. Негізгі компания-өкілдерді қарастыруды, нарыққа кіру стратегиясын және Мьянма мен Вьетнам нарықтарының ерекшеліктерін анықтауды қоса алғанда нарыққа жан-жақты талдау ұсынылған. Тәуекелдерді сәйкестендіру және бағалау, сондай-ақ тәуекелдерді басқаруға талдау жүргізілген. Оңтүстік Шығыс Азияда күн энергетикасын дамыту үшін бизнесті дамытудың маңызды факторлары айқындалған. Тәуекелдерді басқару әдістері негізінде тәуекелдерді басқару және бақылау стратегиясы ұсынылған, сондай-ақ күн энергетикасы нарығын одан әрі кеңейту аясында одан әрі даму перспективалары қарастырылған

РЕЗЮМЕ

Развитие солнечной энергии и расширение рынка в Юго-Восточной Азии: на примере Мьянмы и Вьетнама

Данная статья посвящена развитию солнечной энергетики и расширению рынка в Юго-Восточной Азии на примере Мьянмы и Вьетнама. Методология исследования статьи основана на проведении сравнительного анализа существующих моделей макроэкономического развития, политических и социальных вопросов в контексте индустрии солнечной энергии в Мьянме и Вьетнаме. Помимо, в работе применены PESTEL, SWOT, методы управления рисками, системный и причинно-следственный анализы, экспертная оценка. Был представлен подробный анализ рынка, включая рассмотрение ключевых компаний-представителей, стратегии входа на рынок и выявление особенностей рынков Мьянмы и Вьетнама. Проведены идентификация и оценка рисков, а также анализ управления рисками. Выявлены значимые факторы развития деловой среды для развития солнечной энергетики в Юго-Восточной Азии. На основе методов управления рисками предложены стратегии по их управлению, а также рассмотрены перспективы последующего развития в рамках дальнейшего расширения рынка солнечной энергии.

МРПТИ 06.61.33

JEL E2: Macroeconomics: Consumption, saving, production, employment, and investment

УДК 338.4439

CURRENT STATE OF FOOD SECURITY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Zh.S. Bulkhairova,

Doctor PhD, senior lecturer, Department of department «Management»,
S.Seifullin Kazakh-agro technical university,
Astana, Kazakhstan

Z.P. Aidynov,

Candidate degree in of economic science, senior lecturer, department of Management»,
S.Seifullin Kazakh Agro-technical university,
Astana, Kazakhstan

N.S. Nurkasheva,

Candidate degree in of economic science, associate professor of department «Accounting, audit and
evaluation» of the «University Narxoz»
Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose of research – The main purpose of the article is to analyze the current state of food security and identify the main parameters that affect it.

Methodology - In the process of research general scientific methods were used: analysis, synthesis, comparison. The solution of the tasks was performed using technological and situational approaches in the economy.

Originality – is to identify existing problems of food security in the Republic of Kazakhstan and to identify possible solutions.

Summary - At the present stage, the food security problem is one of the most researched problems. Deterring factors of food production development in the Republic of Kazakhstan include a low level industrial processing of agricultural raw materials, which is due to the low level development of technical and technological security in the food industry, including the quality supply of agricultural raw materials; relatively high food prices, lack of safety requirements in the agricultural production, lack of compliance with the declared properties of agricultural products, and often misleading the consumer, etc.

Today the reliability level of food security in the country is achieved thanks to the necessary volumes of food production in the country, the availability of financial resources for the import of the necessary food, with a slight degree of vulnerability supply in case of any complications and disruption in the international supply of food.

Key words - food security, agro-industrial complex, needs, food, quality level, agricultural raw materials, natural resources.

INTRODUCTION

At the present stage, the problem of sustainable food security is one of the most researched problems, including Kazakhstan. The message of the President of Kazakhstan N.A.Nazarbayev «Strategy «Kazakhstan-2050»: new political course of the established state» refers to the importance of food security for the country: «the high growth rate of the world population aggravates the food problem. Already today, tens of millions people are hungry in the world, about a billion people are constantly suffering from food shortages... We have vast green areas and can produce organic food. We are quite capable of making a qualitative leap in agricultural production» [1].

The level of food security depends primarily on the current state of the country's agro-industrial complex. To date, the current state of agriculture in the country is characterized by the following points: the decline in the quality of land fertility, the deterioration of the material and technical base agricultural producers, low yields, low productivity of animals [2]. Therefore, this topic requires more in-depth and detailed research, as the food market is subject to constant changes and depends on many factors. All of the above and determines the relevance and need to research and write this article.

Therefore, the main purpose of this article is to analyze the current state of food security and identify the main parameters that affect it.

THE MAIN PART OF THE STUDY

The importance of food security became more actively addressed in 1948, the post-war period after the adoption of the «Universal Declaration of Human Rights», that is, three years after the Great Patriotic War. The concept of «food security» became officially widespread after 1973 - the world economic crisis, and was officially enshrined in 1974 in the «Universal Declaration on the Elimination of Hunger and Malnutrition».

In the international community the problem of food security was first formulated not only in economic and political terms, but also in the international legal aspect in 1974 - at the World Food Conference in Rome. The World Food Conference in Rome (1996) was a significant milestone in the further definition of food security problems, development of recommendations and finding ways to solve them. The outcome of this conference was the adoption of the Rome Declaration about World Foods. The conference also adopted a Declaration about International Food Security and signed a Plan of Necessary Action until 2015.

The adoption of this Declaration has made this problem mandatory at the world level, namely, food security is considered from the perspective problems of all countries and States in the world. In this Declaration the concept of «food security» is interpreted as «the state of the economy in which the population in the country as a whole and each citizen individually is guaranteed access to food, drinking water and other food products in quality, variety and volume necessary and sufficient for physical and social development of the personality, health and expanded reproduction of the population» [3, 4]. In this case, the Declaration was based on the level of consumption, which allows to maintain only the physiological processes in the person, without taking into account his activity and performance.

In recent years, the Republic of Kazakhstan began to pay great attention to the problems of food security. At the same time, the main issues of food security relate mainly to the level of self - sufficiency in food of the country's population - up to 80%, that is, an active aspiration for the development of the agricultural sector in the economy and agricultural protectionism [5]. The level of food security is achieved through the necessary levels of food production in the Republic, the availability of financial resources for the import necessary food, with a low degree of vulnerability of supply in the event of any complications (e.g., increase in food prices, currency shortage, etc.) and violation of inter-state food supply (embargo).

LITERATURE REVIEW

The state of scientific development of this topic is characterized by an insufficient number of researches devoted to the substantiation of conceptual proposals in the food security field using various mechanisms that take into account the existing foreign experience and the specifics of domestic conditions.

Researches, which dedicated to issues of food security, include the works of foreign and domestic scientists such as: G.M. Rakhimzhanova, Zh.M. Adilov, K. Akhmetova, L.I. Abalkina, S.Dzhailov, A.Kalabaeva, E.V. Kenduh, K.A. Abdumalikov, A.U. Oruzbaev, O.K. Karatalov, T.K. Koichuev, S.S. Bekenov, D.A. Musaeva, A.Z. Zakirov, K.U. Kaseinov. Also made a significant contribution to the development of theoretical and methodological foundations of provisions and development of food security such researchers as S.V. Kiselev, P.T. Burdukov, V.S. Balabanov, A.A. Kaygorodtsev, Y.S. Khromov, E.K. Serov, V.V. Maslakov, D.V. Zerkalov, and M.E. Kazembaev, B.A. Chernyakov, S.U. Nuraliev, E.S. Ospanov and others.

The analysis of the conducted research has shown that the most complete complex works, which are devoted to the theoretical and practical justification of modern concepts, taking into account the existing foreign experience and the specifics of the domestic conditions, are relatively small and insufficient. Many

authors under «food security» concept interpret the country ability, regardless of internal and external threats to meet the emerging needs of the population in food in the required amounts, range and quality that meet accepted norms and standards.

Different scientists and practitioners have different approaches to solving food security. For example, A.Kaigorodtsev under food security refers to a state of protection against internal and external threats to vitally important interests and principles of human existence, community, and country that are associated with the provision of essential food items through their own production of the population taking into account the poor and vulnerable segments of the population in terms of economic and physical food availability in such quality and quantity that you want to maintain and further the preservation of life of the population, including the full or maximum possibility of country independence from food imports [6].

The basic concepts of «food security» are presented in figure 1.

Thus, in the economical scientific works, the following definition of «food security» concept is quite often found - this is «self-sufficiency of the population of the Republic in food products in accordance with physiological norms» [8]; «the availability level for the main part of the population of food necessary to maintain a normal lifestyle» [9]; «an important part of national security, it is not limited to the economic security of the state or community in countries» [10]; «stable provision of the population with quality food and the necessary range» [11]. Thus, the main goal of food security is to ensure a guaranteed and sustainable supply of raw materials to processing organizations, the population – the necessary amount of food, while will not be affected by adverse internal and external factors.

A. Belyakova, O. Maiveichev	Food security of the country - the constant ability of the state and society to ensure the availability of food to the entire population in the quantity and quality necessary for an active and healthy life
E. Serova	Food security means the level of access to food for the main part of the population to maintain a normal lifestyle
B.A.Chernyakova	Food security - providing vital food from its own sources, and their availability to all citizens of the country in the amount and range, to meet the necessary and useful needs
K.A.Ahmetova	Food security is a state of the economy in which the population's food needs are met in accordance with physiological norms, and food security is part of the country's national security. Ensuring food security depends largely on the development of agriculture.
A.A.Kudryasheva, O.P.Presnyakova	Food-independent countries are those that fully meet the current needs of the population for the main products of their own production and create the necessary reserve for unforeseen purposes.

Figure 1 – concepts of food security given by different authors

Note-compiled by the author on the basis of sources [7, 8, 9, 10, 11]

RESULTS AND REASONING.

The global crisis, which is now observed in the modern food market, focuses on the issues of food supply in the country on the formation of certain conditions in order to intensify the national agricultural production, identify and search for certain ways to solve the existing problem. Let's start the analysis of food security with the rating of the world countries for 2017, the data of which are presented in table 1.

Table 1. Ranking of countries by level of food security in 2017.

	Rating	Country	Index	Change in 2017 to 2016 (+/-)
1	2	3	4	5
1	1	Ireland	85,6	-0,2
2	2	USA	84,6	-0,6
3	3	Britain	84,2	+0,2
4	4	Singapore	84,0	-0,6
5	5	Australia	83,3	-0,2
6				
7	41	Russia	66,2	-0,4
8	43	Mexico	65,8	+0,2
9				
10	60	Kazakhstan	56,0	+0,6

Note-compiled by the author on the basis of sources [12]

This rating (table 1) includes studies that cover 109 countries of the world and determine the level of food security by four parameters:

- food availability and consumption;
- availability and sufficiency of food
- food quality and safety level.

Each of the above parameters includes twenty-eight different indicators, the values of which are estimated over two years [13].

The index of food security in the countries of the world assesses the countries policies and the degree of their organizations effectiveness in the field of food security [12]. The primary sources of statistics for the research are mainly information that has been obtained from different international agencies, including national statistics from different countries of the world.

According to table 1, Kazakhstan is ranked 60th place in the world food security ranking in 2017 and its food security index is 56.0, compared to 2016, its position improved by 0.6 points. Also, in terms of food security, Kazakhstan lags behind Russia, which is in 41th place.

Let us consider in more detail and analyze the main parameters of food security of the countries of the world, including Kazakhstan, in 2017, the rating and index of which is presented in table 2.

Table 2. Levels of food insecurity according to the basic parameters in 2017

Food availability and consumption			Availability and sufficiency of food		
Rating	Country	Index	Rating	Country	Index
1	Qatar	93,3	1	Great Britain	87,2
2	Singapore	91,3	2	Ireland	86,5
3	USA	85,9	3	Germany	83,1
4	United Arab Emirates	84,9	4	Norway	83,0
5	Ireland	84,4	5	Switzerland	82,7
.....					
44	Mexico	66,0	90	Cambodia	46,7
45	Kazakhstan	65,5	90	Kazakhstan	46,7
Food quality and safety level			Sustainability and availability of natural resources		
Rating	Portugal	Index	Rating	Country	Index
1	France	89,7	1	Denmark	82,1
2	USA	88,7	2	Slovakia	81,1

3	Australia	86,6	3	Austria	80,3
4	Greece	86,4	3	Czech Republic	80,3
5		86,3	5	Hungary	79,0
.....	Panama				
57	Kazakhstan	58,7	34	Rwanda	68,4
58	Portugal	57,8	35	Kazakhstan	67,7

Note-compiled by the author on the basis of sources [12]

According to table 2, in 2017, Kazakhstan is ranked 45th place among other countries in terms of availability and consumption of food products and the index is 66.5, compared to 2016, this index decreased by 1.7 points. Also, in this index Kazakhstan lags behind such countries as Qatar, Singapore, USA, Germany, Mexico and other countries. As for the index of availability and sufficiency of food, the Republic of Kazakhstan in 2017 is on the 90th place after Cambodia and is 46.7. That is, some researchers believe that one of the holding factors of the development of food production in Kazakhstan can be attributed to the low level of industrial processing of agricultural raw materials, which is due to the low level of development of technical and technological security in the food industry, including the quality of agricultural raw materials supply.

The level and quality of providing the population with the necessary food is not only the basic conditions for the development of the food market, but also is an important factor of social stability, stability of food security without negative consequences in the socio-economic development of the country. To date, the state program of agriculture development in Kazakhstan for 2017-2021 is being implemented, for the implementation of which the Republic allocated funds (the State program of agriculture development).

Over the past five-six years, the growth rate of gross agricultural output has averaged 20 %. Despite the increase in production and stabilization of the economic development rate, the share of agriculture in the GDP structure is only 4-7%. In 2016, the share of agriculture in GDP was 4.6%, which was due to a decrease in exports in nominal terms due to the depreciation of the national currency.

The main criterion of food security is the production in the agricultural sector, at least 80% of food consumed. In 2016, the industry accounted for a significant share of gross domestic product - 26.1%, while the share of agriculture is only 4.6%. The resource provision of the domestic market in Kazakhstan continues to be almost entirely dependent on the supply of goods from abroad. The formation of the consumer market in the country is 80-90% due to the import of goods from other regions of the country and imports.

Based on the data from table 2, it is clear that Kazakhstan is 58th place in terms of the quality and safety of food products and is 57.8, while Kazakhstan was bypassed by such countries as Portugal, France, Bulgaria, Paraguay, Panama and other countries. As for the index - sustainability and availability of natural resources, Kazakhstan is ranked higher than in the previous indices and is 67.7. This is due to the fact that in some areas of Kazakhstan there is a rich nature, nature reserves, sanatoriums and as a result of great opportunities.

Now let's consider the level of food security in Kazakhstan in 2017 in comparison with the average score of all countries of the world (figure 2).

Based on figure 2, it can be seen that Kazakhstan in 2017 in terms of food level and safety quality almost reached the average level of the world. But it should be borne in mind that in 2016, according to the results of research, the maximum percentage that does not correspond to food products falls on the share of imports – 86%. At the same time, agricultural products of local producers, which do not meet certain requirements, is 14%. Therefore, it is possible to identify the main violations of the technical regulations: 74% cases there is a violation of the established rules by the manufacturers-marking, 21% - lack of compliance with safety requirements, 14.4% - lack of compliance with the declared properties of the products, and often misleading the consumer [14, 15].

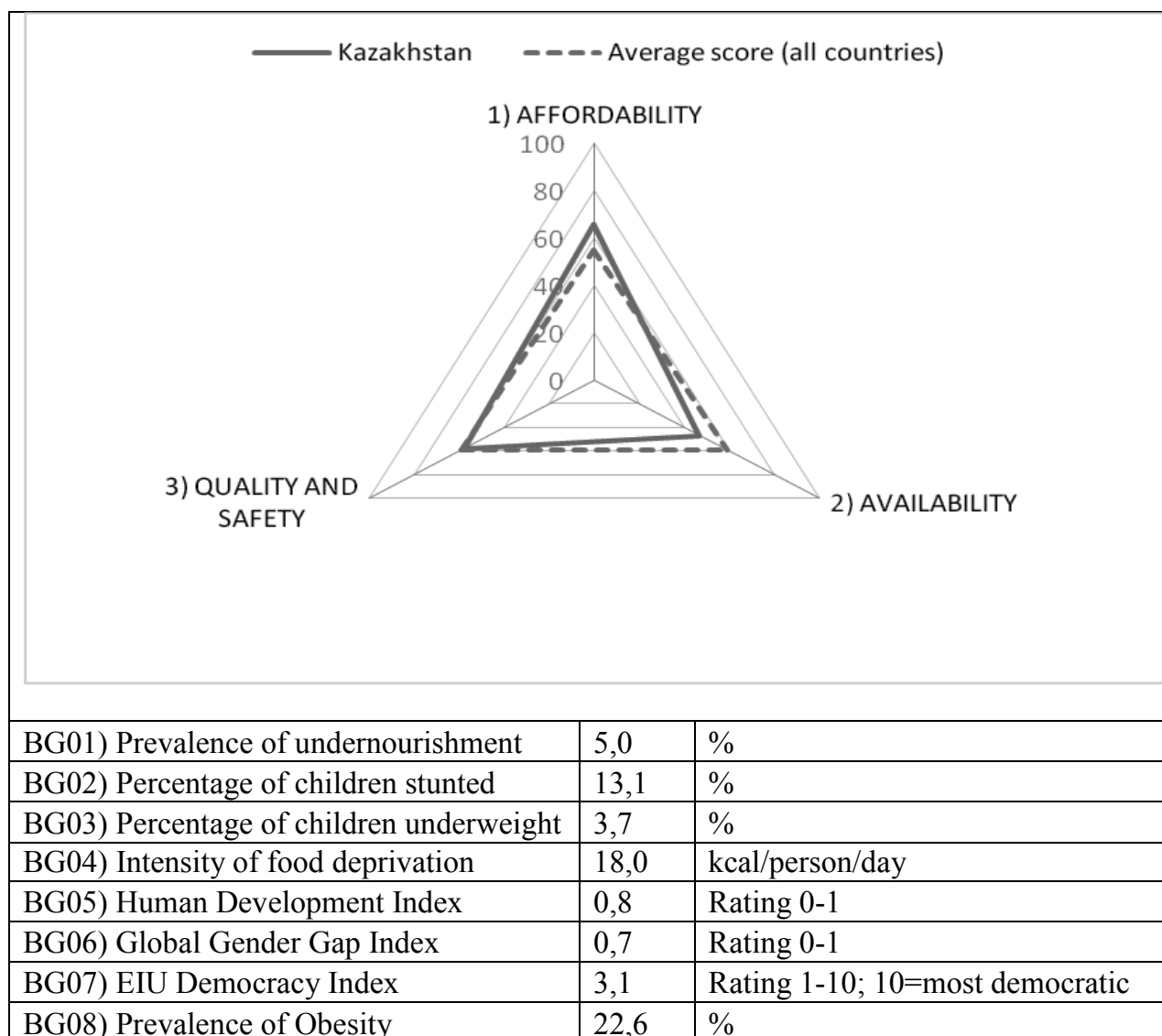


Figure 2 - Level of food security of Kazakhstan in 2017

Note - compiled by the author on the basis of sources [12]

To date, in other parameters, Kazakhstan has not yet reached the average level of the world, that is, there is a situation that the diet of Kazakhstan is not as diverse as before. In 2016, the population of Kazakhstan began to consume more bread, eggs, butter, milk and dairy products, potatoes, while significantly reducing the consumption of meat products, fish, fruits and vegetables. Over the past year, the country also reduced the consumption of sweet. In 2016, Kazakhstan ate bread and bakery products 1% higher than in 2015. Regarding the consumption of milk and dairy products, there was an increase in the year - by 1.2%, eggs - by 0.7%, potatoes by 0.5%. The use of oil and fat in households in Kazakhstan increased quite significantly in 2015 - by 1.9%. Although at the same time in the diet of residents in Kazakhstan has become less «healthy» products. In 2016, the consumption of meat, meat products decreased by 0.6%, vegetables (excluding potatoes) - by 0.5% [12]. This trend was mainly influenced by the increase in prices in 2016 for the following types of food: poultry - by 16.2 % (from 631 to 733 tenges per 1 kg), chicken eggs-by 15.8 % (from 259 to 300 tenges per 10 pieces), butter - by 9.2 % (from 1 572 to 1 716 tenges per 1 kg), sunflower oil-by 10.4 % (from 405 to 447 tenges per 1 liter), sugar-by 14.5 % (from 221 to 253 tenges per 1 kg), potatoes-by 9.8 % (from 82 to 90 tenges per 1 kg), cheese and cheese products-by 6.9 % (from 1,885 to 2,016 tenges per 1 kg), beef – by 5,8% (from 1 177 to

1 245 tenge per 1 kg), wheat flour – by 5,7% (from 141 to 149 tenge per 1 kg), pork meat – by 4,2% (from 1073 to 1118 tenge per 1 kg), rice – by 2,4% (from 286 to 293 tenge per 1 kg), lamb meat – by 2,1% (from 1 172 to 1 197 tenge per 1 kg). Thus, prices in the Republic increased to such an extent that some Kazakhstanis had to abandon the following types of food: fruit – by (-4.5%), fish and marine products - by (-3.7%) for the year, this also includes sweet - by (-3%). That is, there is a tendency that the population of the country begins to buy more and more essential food and their diet becomes poorer. Basically, the preferences of the population of the Republic in food products were influenced by the change in the economic situation in the country and as a consequence, the decline in incomes, the increase in inflation. In Kazakhstan, real cash income in 2016 decreased by 4.5% compared to 2015. This is the first annual decline since 2010. At the same time, it should be taken into account that the increase in prices for food products is breaking the main records and by the end of 2016 the prices for basic food products have risen by 9.7%.

It should also be noted that at the present stage, in connection with the above situation, the following situation arises: the inhabitants of rural areas eat much worse than the residents living in the city. In 2016, the population living in cities, was eaten meat and meat products by 9% more than rural areas, although in 2016 the gap was about 10%. In 2015, fish and marine products in the cities of the Republic were consumed only 0.4% higher than in the villages, and in 2015 the difference in consumption of this product's type of was 3% in favor of urban residents.

In the cities of the Republic of Kazakhstan in 2016, fruit consumption was 12% higher than in rural areas, in 2015 this level of consumption of citizens was higher than the villagers - by 21%. At the same time, it should be noted that rural residents began to consume more vegetables in 2016 than citizens – by about 1%, in 2015 this volume of consumption was higher among urban residents - by 0.3% [16].

Now let's analyze the indicators of food security of the Republic in 2017, which were grouped by quartiles and are shown in figure 3.

Indicator scores grouped by quartile
Score 0-100 where 100=best

VERY GOOD (TOP QUARTILE)	
1.5) Presence of food safety net programmes	100,0
1.4) Agricultural import tariffs	83,8

MODERATE (2ND QUARTILE)	
3.5) Food safety	94,0
2.8) Food loss	85,3
2.7) Urban absorption capacity	64,9
2.3) Agricultural infrastructure	51,9
of household expenditure	48,4
2.2) Public expenditure on agricultural R&D	0,0

GOOD (3RD QUARTILE)	
1.2) Proportion of population under global poverty line	99,7
1.6) Access to financing for farmers	75,0
3.1) Diet diversification	73,2
2.1) Sufficiency of supply	55,6
3.4) Protein quality	55,5
3.3) Micronutrient availability	54,4
1.3) Gross domestic product per capita (US\$ PPP)	16,6

WEAK (BOTTOM QUARTILE)	
2.4) Volatility of agricultural production	56,2
2.5) Political stability risk	23,5
2.6) Corruption	0,0
3.2) Nutritional standards	0,0

Figure 3 - Food Security Indicators of the Republic for 2017, grouped by quartiles (result 0-100, where 100=best)

Note-compiled by the author on the basis of sources [12]

In 2107 year can be attributed to very good indicators: the availability of food programmers – 100 (the best and highest estimate) and tariffs for agricultural imports – 83.8. Good indicators include: the share of the population in the global poverty – 99.7 (also high), farmers access to financing – 75.0, diversification of ration – 73.2 (although in Kazakhstan the ration is becoming less diverse), the adequacy of supply – 55.6, the quality of protein – 55.5, the presence of trace elements - 54.4, GDP per capita – 16.6. Also, according to figure 3, moderate and weak levels are distinguished. To weak level relates primarily to: instability of agricultural production – 56.2 risk political stability is 23.5, corruption - 0.0, food standards – 0.0.

CONCLUSION

At this stage of development, ensuring the country's food security is one of the most important conditions for the prosperity and well-being of any nation and country. The reliability level of food security is achieved due to the necessary volumes of food production in the country, the availability of financial resources for the import of the necessary food, with a slight degree of vulnerability supply in the event of any complications and violations in the international food supply.

For the Republic of Kazakhstan, the problem of providing food to the population is one of the key and most important tasks. First of all, this is due to the fact that with the increasing influence of the global crisis, the decline of the production process in all sectors of the economy. Therefore, in the context of lower oil and raw material prices in the world markets, one of the most important sectors of the economy in the Republic is agriculture, which contributes to the recovery of the state from the crisis and give a new impetus to the strategy of export diversification. In Kazakhstan the agro-industrial complex has a significant potential, which indicates a significant amount of farmland, a large labor potential of rural areas; favorable climatic conditions for the cultivation of crops; large potential of pasture areas for breeding and livestock.

The creation of such conditions for the further development of a stable food supply to the population in the country, regardless of internal and external threats, will be an important condition for the achievement of food independence by the state or its regions. Ensuring and creating sustainable food security the state should be implemented at all levels of government, that is, from the Republican, regional and ending with local authorities, including economic entities of agriculture; it should take into account all areas that are aimed at increasing the competitiveness of agriculture in the Republic, regions, agricultural sectors and areas, production process, agricultural products (services) and agricultural entities.

In Kazakhstan one of the priority directions of ensuring food security should be the strategy implementation, that is, the development of certain areas aimed at improving the competitiveness of the agro-industrial complex. In these areas it is necessary to identify certain (specific) goals and objectives, indicators and indicators that will form a competitive agricultural production with the subsequent implementation of these products, the mechanism of the above processes, the projected results; state support is also provided, which ensures the development of the agro-industrial complex, the growth of its competitiveness and sustainable and reliable food security.

It is necessary to create conditions for strengthening competition in local food markets, where the concentration of resources at the domestic level is of particular importance. Along with the experienced, breeding and breeding centers that provide the necessary level of the gene pool in agricultural production, a significant place in strengthening the competitive position of the agro-industrial complex should be given to agricultural entities of regions and regions that are located in more favorable climatic conditions, using modern resource-saving technologies. Therefore, those agricultural producers, which are already effectively managing, could accumulate financial resources with great effect and return.

REFERENCES:

- 1 Message of the President of the Republic of Kazakhstan - Leader of the nation N.Nazarbayev to the people of Kazakhstan «Strategy Kazakhstan-2050»: a new political course of the established state», December 14, 2015 (date of the application 20.10.2018).
- 2 Kulikova L.V. (2014) Food security: problems and directions of ensuring. Bulletin of Tver state University. Series: Economics and management. - № 1. P. 226-233.

- 3 Nazarenko V.I. (2011) Food security in the world and in Russia. - M.: Monuments of historical thought. - 286 p.
- 4 Tokobaye, N. K. (2016) Ensuring food security of the Kyrgyz Republic in modern conditions. Author's abstract on competition of a scientific degree of c.e.s. Bishkek.- 28 p.
- 5 Espolov T.I. (2013) Food security: opportunities and priorities. Agroalim.- №3 (44). P. 38-39.
- 6 Kaigorodtsev A.A. (2006) Economic and food security of Kazakhstan. Issues of theory, methodology, practice. Ust-Kamenogorsk: Media Alliance. - 384 p.
- 7 Large political encyclopedias [Electronic resource] / ed. by A. Belyakova and O. Matveycheva. - URL: <http://www.politike.ru/dictionary/839> (date of the application 23.10.2018).
- 8 Serova E., Khramova I. and others. (2001) Food security of the country: agro-economic aspect. Institute of economy of transition.:M.-137 p.
- 9 The agricultural sector of the USA in the late twentieth century (1997). Ed. by, M.: RAS Institute of USA and Canada.-396 p.
- 10 Akhmetov K. (2005) Study of the level of security of the population cream farm in the Republic of Kazakhstan. Karzhy-karazhat. Finance of Kazakhstan.-№ 3. P. 64-66.
- 11 Kudryashova A.A., Presnyakova O.P. (2007) Food security: indicators, criteria, categories and scale. Food industry. - № 8.- P. 18-21.
- 12 Global Food Security Index (2017) Internet source: [http:// foodsecurityindex.eiu.com](http://foodsecurityindex.eiu.com)<http://foodsecurityindex.eiu.com> (date of the application 26.10.2018).
- 13 Analytical portal. (2017) Internet source: [http:// gtmarket. ru/ news / 2016 / 01/29/729](http://gtmarket.ru/news/2016/01/29/729) (date of the application 14.11.2018).
- 14 State program of development of agriculture of the Republic of Kazakhstan for 2017-2021.
- 15 What was the 2017 year for agriculture (2018) Internet source: [hozajstva](http://hozajstva.kz) (date of the application 14.11.2018).
- 16 Consumption of food by the population of Kazakhstan. (2017) Internet source: <http://ranking.kz/ru/a/reviews/potreblenie-produktov-pitaniya-naseleniem-rk-2016-god> (date of the application 14.11.2018).

РЕЗЮМЕ

Основной целью статьи является анализ современного состояния продовольственной безопасности и выявление основных параметров, оказывающие влияние на нее. В работе были исследованы существующие проблемы продовольственной безопасности в Республике Казахстан и выявлены возможные пути их решения.

ТҮЙІН

Мақаланың негізгі мақсаты азық-түлік қауіпсіздігінің қазіргі жай-күйін талдау және оған әсер ететін негізгі параметрлерді анықтау болып табылады. Жұмыста Қазақстан Республикасында азық-түлік қауіпсіздігінің проблемалары зерттеліп және оларды шешу жолдары анықталынды.

JEL classification: O14- Industrialization; Choice of Technology, O32-Management of Technological Innovation and R&T

STRATEGIC TECHNOLOGICAL PLATFORMS OF THE EUROASIAN UNION (EEU)

S. Al. Filin,

Doctor of Economy Science, Professor,
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

E.E. Zhussipova,

Doctor of philosophy (PhD),
South-Kazakhstan State University named after M.Auezov, Shymkent, Kazakhstan

A.N. Aitymbetova,

Candidate of Economy Science, Associate Professor,
South-Kazakhstan State University named after M.Auezov, Shymkent, Kazakhstan

G.K. Issayeva,

Candidate of Economy Science, Associate Professor,
South-Kazakhstan State University named after M.Auezov, Shymkent, Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – of article consists the analysis of development of the "strategic technological platforms" providing increase in level of technological development and efficiency of economy of the countries of the EEU with the purpose of development of recommendations about their effective development.

Objectives – identification and the analysis of the factors defining development of these platforms.

Methodology – of the logical analysis and synthesis within methodology of the technological forecast and network methodological approach. Novelty of article is the offer on the basis of the revealed factors of recommendations about increase in efficiency of development of the "strategic technological platforms" providing creation of breakthrough technologies on the basis of which new post-industrial technological ways are formed.

Originality/value – the article analyzes foreign and Russian experience in the development of "technological platforms". Development tendencies are revealed, also factors, defining their development are analysed. Recommendations for stimulating the effective development of "strategic technology platforms" were developed.

Findings – Formation of conditions for creation of breakthrough technologies, technological and industrial competences of the countries of EEU demands development of "strategic technological platforms". Having chosen priority critical technologies which with high degree of probability can become dominating for broad application in new technological orders, and, having concentrated for their realization first of all intellectual resources, the joint innovative system of EEU can become technological the leader in the sphere of high technologies.

Keywords: cluster, strategic technological platform, innovative economy, technological way

УДК 658.6

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС)

С. А. Филин

профессор, доцент, доктор экономических наук, кафедра организационно-управленческих инноваций,
факультет менеджмента, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва,
Российская Федерация

Э. Е. Жусипова,

Доктор философии (PhD),

Южно-Казахстанский Государственный университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Республика Казахстан

А.Н. Айтымбетова,

кандидат экономических наук, доцент,

Южно-Казахстанский Государственный университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Республика Казахстан

Г.К. Исаева,

кандидат экономических наук, доцент,

Южно-Казахстанский Государственный университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – заключается в анализе развития «стратегических технологических платформ», обеспечивающих повышение технологического развития и эффективности экономики стран ЕАЭС, с целью выработки рекомендаций по их эффективному развитию.

Задачи – выявление и анализ факторов, определяющих развитие данных платформ.

Методология – методы логического анализа и синтеза в рамках методологии технологического прогноза и сетевого методологического подхода. Новизной статьи является предложение на основе выявленных факторов рекомендаций по повышению эффективности развития «стратегических технологических платформ», обеспечивающих создание прорывных технологий, на основе которых формируются новые постиндустриальные технологические уклады.

Оригинальность / ценность - в статье проанализированы казахстанский и российский опыт развития «технологических платформ». Выявлены тенденции развития и проанализированы факторы, определяющие их развитие. Разработаны рекомендации по стимулированию эффективного развития «стратегических технологических платформ».

Вывод – формирование условий для создания прорывных технологий, технологических и промышленных компетенций в странах ЕАЭС требует развития «стратегических технологических платформ». Выбрав приоритетные критические технологии, которые с высокой степенью вероятности могут стать доминирующими для широкого применения в новых технологических укладах, и сконцентрировав для их реализации прежде всего интеллектуальные ресурсы, объединённая инновационная система ЕАЭС может стать технологическими лидером в сфере высоких технологий.

Ключевые слова: кластер, стратегическая технологическая платформа, инновационная экономика, технологический уклад

ВВЕДЕНИЕ

По прогнозам специалистов к 2020 г. будет доминировать «сетевая экономика» [1], формирующая посредством объединения с экономикой индустриального типа «цифровую» экономику и информационное общество. Данные структурные глобальные изменения связаны с повышением роли в XXI в. высокотехнологичных секторов экономики в формировании ВВП, интеграцией и интернационализацией промышленного производства, переходом к «цифровой» экономике и сменой организационно-эконо-

мической парадигмы конкурентоспособности (сетевой подход к организации инновационного развития в промышленности на базе глобальных сетей научно-исследовательских работ (НИР), например, в виде виртуальных сетевых инновационных альянсов, «стратегических технологических платформ» (СТП), инновационных кластеров [2] и других, являющихся элементами инновационной инфраструктуры сетевого типа.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Российский опыт

Стратегии инновационного развития: (1) Российской Федерации на период до 2020 года»¹ и (2) России на период до 2030 года предполагают активное вовлечение бизнеса, включая, в частности, реализацию пилотных проектов по отработке механизмов частногосударственного партнерства, обеспечивающих полноценное участие бизнеса и его взаимодействие с государством в выработке приоритетов (институционализацию технологии «форсайт») и финансировании (НИОКР, масштабных инновационных программ по созданию, запуск и развитию эффективных «технологических платформ» на соответствующих уровнях и в соответствующих видах деятельности) научно-технологического развития на основе долгосрочного научно-технологического прогноза и оценки инновационного потенциала. В рамках первого этапа (2011-2013 гг.) реализации Стратегии (1) было создано 35 «технологических платформ»².

На основе Федеральной целевой программы (ФЦП) «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007-2013 годы», в которую в 2011 г. были включены проекты «технологических платформ», правительством РФ была утверждена Концепция соответствующей ФЦП на 2014-2020 годы³. Финансирование проектов в рамках данной ФЦП предполагается из средств: 1) выделяемых Министерством экономического развития РФ и образования и науки РФ⁴ на инновационные кластеры и в рамках инициатив по кооперации вузов и предприятий, соответственно; 2) программ фундаментальных исследований ФЦП, РОСНАНО, госкорпораций, РАН и т.д.

Согласно указа Президента РФ В.В. Путина от 9.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»⁵ предполагается формирование национальных «технологических платформ» онлайн - медицины и образования.

На правительственном уровне в России идентифицированы основные источники поддержки проектов, генерирующих СТП⁶: 1) их включение в ФЦП в качестве тематических направлений; 2) бюджетное субсидирование разработки тематик НИОКР; 3) взаимовыгодное сотрудничество с крупными госкомпаниями и компаниями с госучастием, реализующими программы инновационного развития, которые выступают координаторами > 1/3 СТП и могут участвовать в разработке стратегических программ ИР профильных СТП, а последние могут определять тематику программ инновационного развития. В частности, правительство РФ может профинансировать 1,2 трлн руб. (627,9 млрд руб. — создание информационной инфраструктуры (внедрение новых платформ работы с данными, дата-центров и сетей связи); 233,1 — на цифровые технологии для госслужащих; 138,9 — на обучение бизнеса и госслужа-

¹ Утверждено Правительством РФ 08.12.2011 г.

² Об обеспечении реализации в 2017–2018 годах положений Стратегии инновационного развития России, в рамках её второго этапа. 25.08.2017. URL: <http://m.government.ru/all/29002/>

³ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2.05.2013 г. № 736-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России» на 2014-2020 годы».

⁴ В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 15.05.2018 г. «О структуре федеральных органов исполнительной власти» в настоящее время Министерство науки и высшего образования РФ (Минобрнауки России).

⁵ Утверждена Стратегия развития информационного общества в России до 2030 года. 11.05.2017. ГАРАНТ.РУ: <http://www.garant.ru/news/1110169/#ixzz5RGgN4OZE>

⁶ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.В. Современный экономический словарь / Под общ. ред. Б.А. Райзберга. - 6-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 512 с.

щих; 18 — на информационную безопасность и 1,5 млрд руб. — на совершенствование российской правовой системы) на реализацию 1-го этапа (2019-2021 гг.) национальной программы «Цифровая экономика», рассчитанную на 2019-2024 гг. и в которую предполагается инвестировать 3,5 трлн руб.¹

В России в настоящее время функционируют 36 технологических платформ, реализующих 255 наиболее значимых инновационных проектов по 13 наиболее перспективным направлениям НТР, в которые входят > 3500 институтов развития, образовательных и научных организаций и предприятий².

Хотя, как отмечалось выше, идея и подходы к созданию и развитию «технологических платформ» были заимствованы из опыта ЕС [3] (табл. 1), они имеют российскую специфику³ (табл. 2).

Таблица 1 – Стратегические цели и задачи «технологических платформ» Европейского Союза

Характеристика целей и задач	Задачи
Основные (в инновационной политике ЕС) стратегические цели	Повышение конкурентоспособности отраслей промышленности ЕС посредством развития ИР и частных и госрасходов на них при уменьшении их фрагментации
Стратегические (на отраслевом уровне) задачи	Согласование: а) между экономическими субъектами и секторами промышленности действий по развитию ключевых технологий и ИР; б) программ (на региональном, национальном и на уровне ЕС) в области инноваций и ИР. Совершенствование инновационного климата при развитии системы занятости высокопрофессиональных кадров
Текущие задачи	Координирование направлений и тенденций развития приоритетных технологий, обеспечивающих технологическую безопасность ЕС. Формирование с учётом интересов промышленности проектов Рамочной программы ИР ЕС. Поддержка кооперации и сетевого сотрудничества, связанных с новыми технологиями ИР. Привлечение для реализации стратегии создания и развития новых технологий финансирования. Снижение барьеров по реализации и диффузии новых технологий и связанных с ними ИР. Выявление перспективных потребностей в сфере подготовки высокопрофессиональных специалистов и организации для них соответствующих образовательных программ

Источник: Final Report. Evaluation of the European Technology Platforms. August. 2008.

Source: Final Report. Evaluation of the European Technology Platforms. August. 2008.

Таблица 2 – Особенности «технологических платформ» России и Европейского Союза

Отличительные черты «технологических платформ»	Россия	Европейский Союз
Принцип формирования	«Сверху вниз» (инициированы и контролируются на федеральном уровне)	«Снизу вверх» (ограниченное влияние Еврокомиссии)
Цели	Совершенствование в сферах науки и инноваций нормативно-правового регулирования. Привлечение для НИОКР из разных источников дополнительных ресурсов. Разработка перспективных и конкурентоспособных коммерческих технологий	Координирование интересов стран ЕС. Формирование связей между фундаментальными ИР в сфере технологий. Обеспечение синергетического эффекта между основными стейкхолдерами инновационной системы ЕС
Задачи	Экспертные функции для правительства. Формирование программ стратегических исследований; по диффузии новых технологий и образовательных	Формирование стратегического плана исследований и «дорожной карты» его реализации. Продвижение идей «технологических платформ» в ЕС
Источники финансирования	Госфинансирование, финансирование из институтов развития, участие в ФЦП	Самофинансирование, частные, государственные

¹ Современная экономика обойдется в триллион // газета «Ведомости». 21.08.2018. URL: <https://lenta.ru/news/2018/08/21/cifra/>

² Минэкономразвития России: Обзор «Российские технологические платформы». 11.01.2018. URL: <https://nangs.org/docs/minekonomrazvitiya-rossii-obzor-rossijskie-tekhnologicheskie-platformy-ot-11-01-2018-g-pdf>

³ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.В. Современный экономический словарь / Под общ. ред. Б.А. Райзберга. - 6-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 512 с.

Отличительные черты «технологических платформ»	Россия	Европейский Союз
Роль государства	Мониторинг реализации задач и достижения целей создания СТП. Использование в качестве экспертов государственных управленческих решений участников СТП. Участие в органах управления СТП	Финансовая поддержка организационной работы в «технологических платформах». Продвижение концепции развития «технологических платформ». Снятие механизмов ограничения функционирования «технологических платформ»

Источник: подготовлено авторами.

Евразийским Межправительственным Советом (межправсовет) в марте 2015 г. были утверждены основные направления промышленного сотрудничества в ЕАЭС: кооперационные проекты по созданию новых технологий, совместных предприятий, конкурентоспособной продукции и её экспорту¹; 13.04.2016 г. - положение о евразийских технологических платформах (ЕТП) как механизма кооперации в производственной, инновационной и научно-технической областях, формируемых посредством создания условий для сотрудничества заинтересованных бизнес-структур (госкомпании, отраслевые производственные предприятия), научных (НИИ, вузы и другие образовательные учреждения) и общественных отраслевые объединения и ассоциации) организаций, а также профильных госорганов и институтов развития стран ЕАЭС.

Цель функционирования ЕТП - повышение эффективности взаимодействия и кооперации в инновационной и научно-технологической областях заинтересованных научных и общественных организаций, бизнес-структур и государства на основе объединения интеллектуального и финансового потенциалов стран ЕАЭС и их партнёров для: 1) создания культурных, образовательных, научно-промышленных альянсов, Центров компетенций, 2) постоянного технологического обновления для повышения глобальной конкурентоспособности промышленности, 3) формирования экономики новых технологических укладов (ТУ).

В настоящее время функционируют следующие ЕТП (таблица 3).

Таблица 3 – Евразийские технологические платформы

Наименование ЕТП	Участники ЕТП	Основные направления исследований
Космические и геоинформационные технологические продукты глобальной конкурентоспособности	Белоруссия, Казахстан, Россия	Геоинформационные системы и космические технологии
Биомедицинская	-«-	Технологии нано-, био-, информационные, когнитивные и биоинженерии
Компьютерная	-«-	Развитие суперкомпьютерных сервисов для социальной сферы, экономики, образования и науки и элементной базы для суперкомпьютеров
Технологии экологического развития	-«-	Развитие рынка экологических услуг и технологии экологически безопасного обращения с отходами
Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания	-«-	Производство, переработка и хранение сельхозпродукции
Светодиодная	Армения, Белоруссия, Казахстан, Россия	Развитие и использование светодиодных технологий для социальной сферы, экономики, образования и науки
Технологии добычи и переработки твердых полезных ископаемых	-«-	Недропользование, геологические изыскания, добыча и глубокая переработка редкоземельных руд
Евразиабио	-«-	Биоэкономика и развитие биотехнологий [4], трансфер технологий и экспертиза проектов

¹ Стасевич П. Сделано в ЕАЭС. - 21.09.2015. URL: <http://respublika.sb.by/zametki-publitsista/news/sdelano-v-eaes-22092015.html>

Наименование ЕТП	Участники ЕТП	Основные направления исследований
Промышленные технологии «Лёгкая промышленность»	-«-	Промышленные технологии, развитие легкой и текстильной промышленности
Технологии металлургии и новых материалов	-«-	Технологии получения новых материалов и переработки техногенных месторождений, ферросплавы
Сельскохозяйственная	Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия	Сельскохозяйственное машиностроение, ветеринария, земледелие, животноводство, трансфер инновационных технологий
Фотоника	-«-	Оптоэлектроника и элементная база фотоники, лазерные оборудование и технологии

Источник: Минэкономразвития России: Обзор «Российские технологические платформы». 11.01.2018. URL: <https://nangs.org/docs/minekonomrazvitiya-rossii-obzor-rossijskie-tekhnologicheskie-platformy-ot-11-01-2018-g-pdf>.

Source: Ministry of Economic Development of the Russian Federation: Review "Russian technological platforms". 11.01.2018. URL: <https://nangs.org/docs/minekonomrazvitiya-rossii-obzor-rossijskie-tekhnologicheskie-platformy-ot-11-01-2018-g-pdf>.

Дополнительно Финансово-банковская Ассоциация Евро-Азиатского сотрудничества создала на территориях стран-партнёров ЕАЭС > 40 представительств, регулирующих направления сотрудничества большей частью на базе ЕТП, утверждённых межправсоветом.

Россия и Казахстан участвуют во всех ЕТП (табл. 3) и перспективной для них могла бы стать СТП, разрабатывающая прорывные инфокоммуникационные технологии, в частности, это может быть высокая блокчейн-технология (БТ). В России Федеральной антимонопольной службы (ФАС) и Сбербанком запущен в стадию опытно-промышленной эксплуатации совместный проект «Цифровое взаимодействие ФАС России с банками и хозяйствующими субъектами на основе технологии блокчейн», предполагающий процесс передачи и хранения в зашифрованном виде с использованием данной технологии и сертифицированных в России средств криптографии информации и документов, которыми обмениваются ФАС и Сбербанк¹.

Предполагается, что в 2019 г. в России появится максимально деперсонализированная система электронных медкарт, хранение которых построено по принципу БТ, что позволит безопасно хранить данные на медкартах. Ключ к медкарте будет индивидуальный: её владелец сам сможет решать, с кем делиться этими данными (выбор лечащего врача и медучреждения)².

Создание распределенной инфраструктурной платформы на основе БТ для телекоммуникационного рынка позволит посредством соединения пользователей и операторов напрямую снизить стоимость международного роуминга. После верификации «домашним» оператором персональных данных клиента при его первом подключении, если абонент захочет купить услуги оператора из другой страны, его персональные данные посредством БТ в зашифрованном виде напрямую передаются к зарубежному оператору и, в свою очередь, данные сим-карты последнего загружаются на телефон по «воздуху» в виде крипто-ключей, вследствие чего гостевой оператор продает услугу напрямую, без посредников и связанных с ними транзакционных издержек и без затрат на выпуск сим-карты. Операторы всего мира получают возможность выкладывать свои предложения в смарт-контрактах и видеть своих клиентов. В свою очередь, клиенты получают услуги такого же высокого качества и по той же цене, как и локальные абоненты.

Одна из компаний - резидент Сколково, входящая в группу компаний «Алло Инкогнито», разработала платформу по загрузке мобильных профилей на телефоны, позволяющий размещать сим-карты на чипсетах телефонов. Если в мобильных устройствах будут заложены такие сим-профили, его владелец сможет выбирать локальные профили операторов в любой точке мира. То есть локальные рынки мобильной связи выводятся на глобальный уровень³.

¹ Россия впервые официально использовала блокчейн. РИА Новости. 19.12.2018. URL: <https://news.mail.ru/economics/32015073/?frommail=1>

² Скворцова: хранение электронных медицинских карт будет устроено по принципу блокчейн. РИА Новости. 6.09.2017. URL: <https://news.mail.ru/society/30910657/>

³ Песков А. Юрий Морозов, основатель Bubbletone Blockchain for Telecom: «С помощью блокчейна мы можем поменять всю мировую экосистему телекоммуникаций». 28.12.2017. URL: <http://www.innov.ru/news/story/yuriy-morozov-osnovatel-b/>

Блокчейн-технологию целесообразно использовать не только для совершенствования обращения криптовалют, но и в бухгалтерском учёте, в системе Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр) и в других сферах деятельности¹.

В свою очередь, в Казахстане БТ используют в архивном деле². Евразийский банк развития предлагает создать региональную денежную единицу как расчетный инструмент между странами ЕАЭС, способствующий увеличению во взаимной торговле между резидентами стран ЕАЭС доли нацвалют, снижению при взаиморасчетах транзакционных издержек и эффективному управлению валютными рисками. Заинтересованность в создании данной денежной единицы в виде криптовалюты, основанной на БТ высказал Казахстан³.

В рамках ЕТП, разрабатывающей прорывные ядерные и радиационные технологии, можно использовать разработки российского коллайдера NICA⁴ в Дубне, запуск которого планируется в 2019 г. и который поможет раскрыть принципы, лежащие в основе фундаментальных сил и явлений во Вселенной: черных дыр, темной материи, темной энергии, «кротовых нор». В проекте принимают участие специалисты из 24 стран мира, в том числе из Казахстана и Белоруссии как стран ЕАЭС.

Влиятельный журнал Nature включил в топ-10 людей науки за 2016 г. российско-казахстанскую основательницу Sci-Hub биолога Александру Элбакян⁵, высокая технология которого могла бы войти в СТП «Фармация и медицинские биотехнологии».

Первый вице-премьер Казахстана А. Мамин и вице-премьер РФ Д. Рогозин 26.12.2016 г. подписали концепцию по развитию высокотехнологичного сотрудничества на стартовом комплексе «Байконур» на взаимовыгодной основе⁶ в рамках реализации проекта создания «принципиально новой ракетно-космической техники», включающего модернизацию комплекса. Казахстанским партнерам госкорпорацией «Роскосмос» была передана документация по проекту создания космической коммерческой ракеты-носителя «Сункар» как основной для космодрома «Байконур». В настоящее время для решения данной задачи по заказу самарского ракетно-космического центра «Прогресс» (в рамках Федеральной космической программы (ФКП) на 2016-2025 годы) в Конструкторском бюро Химавтоматики, входящем в интегрированную структуру НПО «Энергомаш», в кооперации с Воронежским механическим заводом и совместно с казахстанскими партнерами создаётся двигательная установка среднего класса нового поколения для 2-й ступени ракеты-носителя «Сункар» для перспективных многофазовых ракетно-космических систем и прежде всего для космического ракетного комплекса «Байтерек», создаваемого совместно Россией и Казахстаном на космодроме «Байконур». Оператор пусковых услуг ракеты-носителя «Сункар» — дочерняя фирма International Launch Service Центра Хруничева в США, занимающаяся продвижением новых носителей семейства «Ангара» и маркетингом пусковых услуг ракет «Протон» за рубежом. Двигатель проектируется для компонентов топлива «кислород - керосин» на основе воронежского двигателя 14Д23, имеющего максимальный (среди всех классов кислородно-керосиновых ракетных двигателей в мире) удельный импульс тяги. Ракета-носитель «Сункар» аналогична ракете-носителю для проекта «Морской старт», но предполагается сделать её двигательную установку более экономичной, простой в конструкции, дешевой и конкурентоспособной на рынке.

Первую ступень ракеты предполагается использовать в ракете-носителе, создающейся для пусков с космодрома «Восточный» в рамках ОКР «Феникс» как основы российской сверхтяжелой ракеты-но-

¹ Сухаревская А., Кантышев П. Росреестр использовал технологию блокчейн. Ведомости. 8.02.2018. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/02/08/750276-rosreestr-blokchein>

² Синяревская А. Госкомархив Татарстана и подразделения Росреестра начинают использовать технологию блокчейна. 6.09.2017. URL: <http://www.innov.ru/news/economy/goskomarkhiv-tatarstana-i/>

³ ЕАЭС собирается выпустить свою расчетную валюту. 26.07.2017. URL: <http://rusvesna.su/economy/1501051279>

⁴ Другие фундаментальные мегапроекты в России - российско-итальянский исследовательский термоядерный реактор «Игнитор» в Троицке, нейтронный реактор ПИК в Гатчине и другие инфраструктурные комплексы.

⁵ Российская наука нацелилась на прибыль для страны и борьбу с лженаукой. 3.01.2017. URL: <http://www.vz.ru/society/2017/1/3/852066.html>

⁶ Россия и Казахстан договорились о сотрудничестве на «Байконуре». - 26.12.2016. URL: <http://rusvesna.su/news/1482753815>

сителя¹, которая, предполагается, отправится в 1-й полет в 2027 г.² Вкладом российской стороны станут разработка ракеты-носителя «Сункар», включая финансирование с 2018 г. (бюджет 30 млрд руб.) ОКР «Феникс» с в рамках ФКП³.

Согласие на их запуск с космодрома «Байконур» Казахстан дал при условии передачи стартового комплекса в собственность казахстанской компании⁴ «Байтерек», когда на рынок выйдут новые модификации «Протона» и обучения казахстанских специалистов⁵. Согласно план-графику создания новых модификаций носителя «Протон»⁶ и проекта «Байтерек» такая передача состоится в 2020 г., летные испытания ракеты-носителя «Сункар» - в 2024, его коммерческая эксплуатация - в 2025 г. После этого госкорпорация «Роскосмос» предложила закончить Казахстану эксплуатацию ракет с токсичным топливом гептил - «Протон-М» и его модификации «Протон-light»⁷. Данные инновации можно использовать в рамках ЕТП, разрабатывающей прорывные авиакосмические технологии.

По словам главы госкорпорации «Роскосмос» Д. Рогозина⁸, корпорации «Энергия», «Прогресс» и «Энергомаш» приступили к разработке космической ракеты-носителя среднего класса нового поколения «Союз-5» (его эскизное проектирование должно быть завершено к концу 2019 г.). При создании 1-й ступени данной ракеты самый мощный в мире двигатель - РД-171, глубоко модернизируют (условное название – «Царь-двигатель»), что будет способствовать мобилизации всей российской ракетно-космической отрасли, её обновлению и завоеванию рынка коммерческих пусковых услуг. Согласно госконтракту на создание ракеты-носителя «Союз-5» госкорпорация «Роскосмос» выделит > 61 млрд руб. Предполагается, что ракета-носитель «Союз-5» выведет на орбиту в 2022 г. со стартового комплекса ракеты «Зенит», модернизируемого под «Союз-5», новый пилотируемый корабль «Федерация». Предполагается, что работы по модернизации данного стартового комплекса на Байконуре будет финансировать Казахстан в размере 314 млн дол.⁹

Основной акцент в настоящее время в политике в сфере генерации знаний в России направлен на выведение государственных научных центров и национальных исследовательских университетов на мировой уровень конкурентоспособности, в том числе посредством использования их исследований и разработок (ИР) на основе СТП. При этом программы оборонных ИР развивающихся стран предназначены для совершенствования традиционных «технологических платформ» вооружений и безопасности, экономически развитых – это СТП, базирующиеся на прорывных критических технологиях.

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

С учётом вышеизложенного, понятие «стратегическая технологическая платформа» – это: 1) качественно новый методологический подход по выявлению и формированию в условиях всё ускоряющегося перехода стран на всё более высокие ТУ приоритетов их инновационного развития, базирующихся на прорывных критических технологиях; 2) коммуникационный инструмент определения актуальных для развития национальной экономики тенденций и инновационных направлений развития; и 3) ме-

¹ К созданию двигателя для ракеты «Сункар» приступили российские конструкторы. 10.04.2017. ТАСС. URL: <http://rusvesna.su/news/1491755937>

² "Роскосмос" назвал сроки запуска сверхтяжелой ракеты. 17.07.2018. URL: <https://ria.ru/space/20180717/1524747487.html?inij=1>

³ Российско-казахстанская ракета «Сункар» заменит украинский «Зенит». - 25.08.2016. URL: <http://rusvesna.su/news/1472099418>

⁴ Ее акционеры - Центр Хруничева и комитет государственного имущества и приватизации министерства финансов Республики Казахстан.

⁵ Россия передаст Казахстану комплекс для запуска ракет «Протон». - Известия.Ру - 14.09.2016. URL: <https://news.mail.ru/politics/27104515/?frommail=10>

⁶ Ракеты легкого и среднего классов, которые Центр Хруничева планирует выпустить на рынок и начать эксплуатировать в 2020 г.

⁷ Россия передаст Казахстану комплекс для запуска ракет «Протон». - Известия.Ру - 14.09.2016. URL: <https://news.mail.ru/politics/27104515/?frommail=10>

⁸ Рогозин объявил о начале работ по созданию ракеты "Союз-5". 22.07.2018. URL: <https://ria.ru/science/20180722/1525093066.html>

⁹ На "Байконуре" заявили о необходимой модернизации для запуска "Союза-5". 19.07.2018. URL: <https://ria.ru/science/20180719/1524943017.html?inij=1>

механизм взаимосвязи государства, науки, бизнеса и гражданского общества по комплексному решению задач инновационного развития, включая сферу управления прежде всего знаниями, инновациями и интеллектуальной собственностью, содействующий объединению участников СТП, выработке общего «видения» и направлений их инновационного развития и вовлечению инновационного бизнеса и гражданского общества в целом в деятельность СТП, активизации усилий по совершенствованию нормативно-правовой базы в сферах инновационного и научно-технологического развития, привлечению инвестиций на ИР от всех заинтересованных сторон, созданию на их основе перспективных прорывных коммерческих технологий (продуктов, услуг).

Для эффективного развития СТП можно предложить следующие рекомендации:

1) новым постиндустриальным ТУ необходима соответствующая инфраструктура, в том числе в виде СТП, в наукоёмких и высокотехнологичных компаниях которой будущие специалисты должны проходить практику на реальном высокотехнологичном производстве, осваивая «видение» инновационного развития и инновационные технологии таких компаний. В итоге, российские и казахстанские наукоёмкие и высокотехнологичные компании получают подготовленных к их высокотехнологичному производству высококвалифицированных специалистов¹. Последние же будут иметь возможность работать по своей специальности в разных СТП, применять суперкомпьютерные сервисы и суперЭВМ в интересах образования и науки, используя приобретенные в вузе и в наукоёмких и высокотехнологичных компаниях компетенции, не утрачивая эти компетенции, работая в компаниях более низких ТУ;

2) продолжить с учётом мнения гражданского общества, включающего социологические опросы и другие методы получения информации от населения, развитие существующих СТП и создание новых в секторах, имеющих важное социальное и социокультурное значение для повышения качества жизни в странах ЕАЭС, включая решение задач их технологического прорыва в новейшие ТУ и обеспечения технологической безопасности стран ЕАЭС в настоящем и будущем;

3) организовать: а) подготовку менеджеров по управлению СТП и инновационным кластером и организации управления взаимодействием между СТП, инновационными кластерами и между группами СТП и инновационных кластеров и б) площадки (конкурсы) обмена инженерными ИР, знаниями и инновациями, аккумулирующими актуальные технологические проблемы, включая обеспечение технологической безопасности наукоёмких и высокотехнологичных предприятий СТП;

4) ввести налоговое стимулирование определенных критических технологий, прежде всего тех, по которым страны ЕАЭС могут занять достойные конкурентные позиции в мире², или их совокупности для скорейшего перехода к новейшему ТУ. Институциональной основой отбора таких технологий могут стать СТП при условии выработки механизма исключения лоббирования интересов высокотехнологичных предприятий, составляющих основу СТП [5];

5) актуализировать тематику СТП и инновационных кластеров и повышать их эффективность реализации за счёт их полномасштабной предварительной внешней и внутренней экспертизы, развивать и разнообразить подходы и механизмы их гибкого управления и инвестирования;

¹ Рудской А. Университет, наука, высокотехнологичные предприятия – это одна команда. 3.11.2016. URL: <http://tass.ru/rusengineers/vik-tochka-zreniya/>; URL: http://www.spbstu.ru/media/news/nauka_i_innovatsii/university-science-high-tech-enterprises-is-one-team/

² Согласно прогнозным оценкам компании «Крокс Интернэшнл» и Российского союза промышленников и предпринимателей, Россия в 2025 г. может занять достойные позиции по 16 макротехнологиям. Это – космические макротехнологии; ядерная энергетика; спецметаллургия; спецхимия; новые конструкционные материалы, наноматериалы; переработка и транспортировка газа; энерготехническое машиностроение; компьютерные и информационные макротехнологии; инфотелекоммуникации и связь; биомакротехнологии; специальное машиностроение; военная авиация; военное судостроение; перспективные вооружения, военная и специальная техника; макротехнологии поиска, разведки, разработки месторождений полезных ископаемых и их добычи; макротехнологии мониторинга и прогнозирования состояния окружающей среды, предотвращения и ликвидации ее загрязнения; макротехнологии предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. В настоящее время в России также успешно развиваются фармацевтика, программирование и вычислительные системы, гражданские авиация и судостроение, ракетно- и двигателестроение и др., осваиваются – микроэлектроника, робототехника и др. Данные макротехнологии соответствуют перечню из 27 критических технологий согласно Указу Президента РФ от 07.07.2011 г. № 899 (ред. от 16.12.2015 г.) «Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации».

6) повысить с учётом существующих и создаваемых научных результатов СТП в сфере биоиндустрии и биоресурсов эффективность господдержки региональных инновационных программ повышения научно-технологического уровня АПК и сельхознауки в целом;

7) совершенствовать законодательно-правовую и институциональную базы, связанные с развитием интеграционных форм пространственной сетевой организации, прогнозированием и практической реализацией СТП;

8) сформировать условия для опережающего роста частных инвестиций и проектов НИОКР прежде всего в рамках СТП и инновационных программ компаний с госучастием;

9) создать условия для интерактивного взаимодействия сферы СТП с системой образования.

На основании проведенного анализа приходим к следующим **выводам**.

1. Количество технологических платформ в России за период 2013-2018 гг. возросло до 36, в них вошли > 3500 институтов развития, образовательных и научных организаций и предприятий и реализовывалось 255 наиболее значимых инновационных проектов по 13-ти наиболее перспективным направлениям научно-технологического развития.

2. Национальные инновационные системы стран ЕАЭС в настоящее время находятся на стадии формирования и развития, имея целью участие данных стран в мировом инновационном процессе в качестве равноправных партнеров и становление в них инновационных экономик [6]. В настоящее время эффективно функционируют 12 ЕТП стран ЕАЭС как инфраструктура возможной в будущем объединённой инновационной системы ЕАЭС. Создание данной объединённой системы обеспечит гораздо более быстрый переход стран ЕАЭС на инновационный тип развития и может стать долгосрочным взаимовыгодным стимулом, делающим ЕАЭС для них привлекательным и устойчивым [7].

3. Выбрав приоритетные критические технологии, которые с высокой степенью вероятности могут стать доминирующими для широкого применения в этих ТУ, и, сконцентрировав для их реализации прежде всего интеллектуальные ресурсы, объединённая инновационная система ЕАЭС может стать технологическими лидером в сфере высоких технологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Гавриленко Т.Ю., Проворова И.П. Сетевая экономика как феномен информационного общества // Российский технологический журнал. 2016. Т. 4. № 1 (10). С. 53-61.

2 Гохберг Л.М. Инновационная политика и технологические платформы. М.: ГУ-ВШЭ, ИСИЭЗ. 2010. URL: http://go.mail.ru/redir?via_page=1&type=sr&redir=eJwNyLsNwjAQAFBvwCY-myghsAIDpEDoZBwrPog_so8MghiC4SjoKGhI9aTnmfMBIKTRIRiM9bLcIbiRDGSyFUbDBnSLW-knVSa2QM0zJX1yZcMaAwVVOa-KCFGNajKW0esWcZmK6OZkzC6HbZq_6bad7cX4dm9Pvsfl8d0N9wv sP4_8vmA

3 Бойкова М.В., Салазкин М.Г. Ирландия: новый контекст развития // Форсайт. 2007. № 3. С. 66–75.

4 Воронцова О.В. Технологические платформы: зарубежный опыт функционирования // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1 (86). С. 822-824.

5 Дежина И.Г. Технологические платформы и инновационные кластеры: вместе или порознь? М.: Изд-во Института Гайдара. 2013. 124 с.

6 Люкшонкова Т.П. Технологические платформы как инструмент инновационного развития Российской Федерации // Научно-практические исследования. 2017. № 2 (2). С. 163-167.

7 Гольдман Е. Биотехнологии в ЕАЭС // Стратегия. 2016. № 3. С. 26–29.

8 Измалкова С.А. Выбор перспективных направлений инновационного развития регионов и их реализация посредством формирования технологических платформ // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 1. С. 29-34.

9 Гончаренко Л.П., Филин С.А., Якушев А.Ж., Сыбачин С.А. Расширенное воспроизводство инновационной сферы экономики стимулирование спроса на инновации: теория и методология: Монография. М.: РУСАЙНС, 2016. 290 с.

10 Филин С.А., Бейсенова М.У., Ибраимова С.С. Объединенная инновационная система евразийского экономического союза как основа его долгосрочной привлекательности, стратегического

развития и технологической безопасности для стран-членов // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 3. № 2. С. 53-64.

11 Lisenker N.L., Anufriev K.O., Filin S.A., Zhussipova E.E. Features of formation and development of national innovation systems in economically developed countries // Proceedings V International Conference «Industrial Technologies and

12 Engineering» ICITE – 2018, Volume IV. M. Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan, November 28, 2018

REFERENCES

1 Gavrilenko T.Yu., Provorova I.P. [Network economy as phenomenon of information society]. *Rossiiskij tehnologicheskij zhurnal = Russian technological magazine*, 2016, vol. 4, no. 1, pp. 53-61. (In Russ.)

2 Gokhberg L.M. Innovatsionnaya politika i tekhnologicheskie platformy [Innovative policies and technological platforms]. Moscow, State University-Higher School of Economics, ISEHE Publ., 2010. Available at: http://go.mail.ru/redir?via_page=1&type=sr&redir=eJwNyLsNwjAQAFBvwCY-myghsAIDpEDoZ-BwrPog_so8MghiC4SjoKGhI9aTnmfMBIKTRIRiM9bLcIbiRDGSyFUbDBnSLWknVSa2QM0zJX1yZc-MaAwVVOa-KCFGNajKW0esWcZmK6OZkzC6HbZq_6bad7cX4dm9Pvsfl8d0N9wvsP4_8vma

3 Bojkova M.V., Salazkin M.G. Irlandiya: novyj kontekst razvitiya // Forsajt. 2007, no. 3, pp. 66-75.

4 Voroncova O.V. Tehnologicheskie platformy: zarubezhnyj opyt funkcionirovaniya // `Ekonomika i predprinimatel'stvo, 2017, no. 9-1 (86), pp. 822-824.

5 Dezhina I.G. *Tekhnologicheskie platformy i innovatsionnye klasteri: vmeste ili po-rozn'*? [Technological platforms and innovative clusters: together or in different ways?]. Moscow, Publishing house of Gaidar Institute Publ., 2013. 124 p.

6 Lyukshonkova T.P. Tehnologicheskie platformy kak instrument innovacionnogo razvitiya Rossijskoj Federacii // Nauchno-prakticheskie issledovaniya, 2017, no. 2 (2), pp. 163-167.

7 Gol'dman E. [Biotechnology in the EAPS]. *Strategiya = Strategy*, 2016, no. 3, pp. 26–29. (In Russ.)

8 Izmalkova S.A. [Selection of perspective directions of innovative development of regions and their implementation through formation of technological platforms]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economy: Theory and Practice*, 2013, no. 1, pp. 29–34. (In Russ.)

9 Goncharenko L.P., Filin S.A., Yakushev A.Zh., Sybachin S.A. *Rasshirennoe vosпроизводство innovatsionnoi sfery ekonomiki stimulirovanie sprosa na innovatsii: teoriya i metodologiya: Monografiya* [Extended reproduction of the innovation sphere of the economy stimulating demand for innovation: theory and methodology: Monograph]. Moscow, Rusays Publ., 2016. 290 p.

10 Filin S.A., Bejsenova M.U., Ibraimova C.C. Ob`edinennaya innovacionnaya sistema evrazijskogo `ekonomicheskogo soyuza kak osnova ego dolgosrochnoj privlekatel'nosti, strategicheskogo razvitiya i tehnologicheskoy bezopasnosti dlya stran-chlenov // `Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya, 2017, vol. 3, no. 2, pp. 53-64.

11 Lisenker N.L., Anufriev K.O., Filin S.A., Zhussipova E.E. Features of formation and development of national innovation systems in economically developed countries // Proceedings V International Conference «Industrial Technologies and Engineering» ICITE – 2018, Volume IV. M. Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan, November 28, 2018

12 Engineering» ICITE – 2018, Volume IV. M. Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan, November 28, 2018

SUMMARY

The article analyzes foreign and Russian experience in the development of “technological platforms”. The development trends are revealed and the factors determining their development are analyzed. Developed recommendations to stimulate the effective development of “strategic technology platforms.”

ТҮЙІН

Мақалада «технологиялық платформаларды» дамыту кезінде қазақстандық және ресейлік тәжірибелер талданды. Даму үрдістері мен олардың дамуын қозғайтын факторлар анықталды. «Стратегиялық технологиялық платформалардың» тиімді дамуын ынталандыру бойынша ұсынымдар әзірленді.

УДК: 330.341.4; 330.342; 338.33

CONCESSION AGREEMENTS IN THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP SYSTEM

Tekenov U.A.

doctor of economics, professor,
JSC "University NARXOZ"
Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose of the study – The role and place of concession agreements in the system of public-private partnerships are considered.

Research Methods – To solve research problems, statistical and graphical methods, comparative analysis, general scientific methods of analysis and synthesis were used.

Originality / value – The views of various scientists and economists on the economic nature, role, place and features of concession agreements in the system of public-private partnerships are considered.

Conclusions – As a result of the study, the author comes to the following conclusion: a concession is a form of legal responsibility between a concessor (authorized state body) and a concessionaire (a private company or a consortium of private companies) to create and / or manage state-owned objects, in which each party has their rights and obligations. This form of interaction realizes the following economic goal - the achievement of socio-economic efficiency through the use of project financing mechanism and a reasonable distribution of risks.

Keywords – concession agreement, public-private partnership, investment, projects, infrastructure.

КОНЦЕССИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Текенов У.А.

д.э.н., профессор,
АО «Университет НАРХОЗ»
Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – Рассмотрены роль и место концессионных соглашений в системе ГЧП.

Методы исследования – Для решения задач исследования использовались статистический и графический методы, сравнительный анализ, общенаучные методы анализа и синтеза.

Оригинальность/ценность – Рассмотрены мнения различных ученых и экономистов на экономическую сущность, роль, место и особенности концессионных соглашений в системе государственно-частного партнерства.

Выводы – В результате исследования автор приходит к следующему заключению, что концессия является наиболее эффективной формой взаимодействия государства (в лице государственных органов) и капитала (в лице частных компаний) в целях эффективного управления социально-экономическими процессами на определенной территории.

Ключевые слова – концессионное соглашение, государственно-частное партнерство, инвестиции, проекты, инфраструктура.

ВВЕДЕНИЕ

Начиная с 90-х годов прошлого века во многих странах с различными экономическими и политическими системами происходит углубление ГЧП в сфере создания и эксплуатации проектов инфраструктуры, предполагающих привлечение большого объема инвестиций. При этом финансирование таких проектов организуется на основе концепции ПФ, согласно которой поступления от использования объекта направляются на возмещение инвестиционных затрат.

Все многообразие форм концессионных механизмов можно свести в две группы: недропользовательные и инфраструктурные.

Инфраструктурные концессии - это законодательно оформленное право передачи инфраструктурных объектов в управление частникам.

Участие частного сектора с применением концессионных схем в области инфраструктуры впервые было реализовано в Древней Греции и Римской Империи, когда многие государственно-общественные работы (строительство портов, муниципальных рынков и общественных бань) были переданы в частные руки. Так, книга 50 Digeste о государственном и частном законе, опубликованная в 530г. н.э., полностью посвящена таким работам. Это подтверждает существование закона о концессиях и законе, регулирующем лицензии на государственное имущество [1]. Такие процедуры вновь появились в средневековье в XII–XIII веках для строительства новых городов и захвата новых земель в юго-восточном регионе Франции. Контракты на захват для укрепления городов обязывали оккупантов проводить строительные работы для улучшения поселений.

В течение XVI и XVII веков европейские монархи, в особенности во Франции, давали право своим финансовым инвесторам проводить определенные государственно-общественные работы. Такие работы включали: обустройство русел рек, строительство каналов, налаживание общественных видов сервиса, как мостовые, сбор отходов, общественное освещение, распределение почты, общественный транспорт и даже оперные дома.

Эта система также существовала в других европейских странах: концессии на каналы в Великобритании (концессия на Оксфордский канал 1791г.) и Испании (концессия Von Thurn и Taxis продолжалась 4 века).

Девятнадцатый век – это век концессий, как железных дорог, так и всех городских служб: водопровода, освещения, транспорта; вследствие бурного развития инфраструктуры. В этот период осуществлялось большое количество финансируемых из частных источников проектов в области сооружения дорог и каналов, а также наблюдалось быстрое развитие международных механизмов финансирования проектов, включая размещение международных облигационных займов для финансирования железнодорожного строительства или других крупных объектов в области инфраструктуры [2].

Мировые войны в XX веке перевернули этот тренд, обозначив усиление роли государства. Распад стран, экономик и долгосрочных контрактов сильно ощущалось во всех странах Европы.

В тридцатые годы XX столетия под влиянием кейнсианства в странах Европы усилилась роль государства в экономических процессах. В это время наиболее крупные инфраструктурные объекты были национализированы и даже на уровне местного самоуправления, большинство служб перешло в ведение муниципалитетов или государственных компаний [3].

Во всем мире наблюдалась тенденция к повышению роли публичного сектора в обеспечении инфраструктуры и предоставлении других услуг. В этот период отмечалось также снижение степени открытости мировой экономики. Во многих странах господствующая роль публичного сектора в предоставлении услуг в области инфраструктуры была закреплена в конституциях [2].

В СССР в период НЭПа концессии использовались в обрабатывающей и добывающей промышленности, сельском хозяйстве, строительстве железных дорог и т.п. Больше всего концессий по числу и по вложенному капиталу приходилось на обрабатывающую (24 концессии, 29 млн. руб.) и добывающую промышленность (14 и 28 соответственно) [4].

В девяностых годах XX века концессии получили новый импульс в связи с распространением идей о большей эффективности выполнения определенных государственных функций частными компаниями. Передача в концессию в основном происходила в тех отраслях, в которых государством не пла-

нировалось проведение приватизации или было не способно управлять эффективно. Отличительной чертой развития инфраструктурных концессий в развитых странах было наличие правовой и институциональной базы для использования такого вида концессий во время господства государственного сектора в экономике, к примеру, во Франции - институт договора публичной службы. Различие недропользовательных и инфраструктурных концессий в том, что первые - это механизм изъятия государством природной ренты, а вторые – это привлечение бизнеса и опыта управления к созданию и развитию производственной инфраструктуры государства [3].

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Согласно определению ЕЭК ООН, под ГЧП понимается форма взаимодействия или проведения совместных усилий между государственным и частным секторами с целью реализации крупных проектов в области инфраструктуры, где ресурсы, преимущества и возможности каждого сектора взаимодополняют друг друга. Это достигается путем распределения рисков и ответственности между ними, используя рациональный подход для достижения оптимального баланса [5].

Согласно В. Варнавскому, ГЧП - это институционально- организационный механизм в между государством и бизнесом в целях разработки значимых проектов и программ для общества во многих отраслях промышленности и сферы услуг [6].

Характерными особенностями партнерства является следующее:

- имеет ограниченные рамки. Как правило, партнерство создается под конкретный объект, который необходимо построить или осуществить его эксплуатацию в течение определенного периода времени;
- ограничено в пространстве, поскольку партнерские контакты заключаются только для конкретных объектов. Это может быть порт, аэропорт, автомобильная дорога или ее участок и т.п.;
- проявляется конкурентная основа рыночной экономики - за каждый контракт или концессию в рамках ГЧП происходит достаточно серьезная конкурентная борьба как в развитых, так и в развивающихся странах.

На практике, под структурой ГЧП обычно понимается трансферт ответственности за финансирование, проектирование и эксплуатацию проекта и многих рисков, связанных с такой деятельностью частному сектору (проектной компании или консорциуму), несмотря на то, что определенная ответственность и часть рисков остается у государственного сектора, которая может включать предоставление определенных активов (например, земельного участка), субсидий (если проект не имеет экономической выгоды), гарантий от политических рисков и в определенных случаях обеспечение потока платежей за пользование данным объектом. Другими словами оба сектора будут продолжать иметь определенные функции в отношении данного проекта во время действия этого контракта и нести ответственность и риски [7].

В научных работах ученых России и дальнего зарубежья, а также официальных документах многих международных экономических организаций, таких как ВБ или ЕЭК ООН, наблюдается многообразие в определении понятия «инфраструктура».

Согласно определению, данному в БСЭ, под инфраструктурой (от лат. *infra* - ниже, под и *structura* – строение, расположение), понимается система отраслей хозяйства для обслуживания промышленности и АПК, а именно дорожное строительство, складское и энергетическое хозяйство, расходы на науку, образование и здравоохранение и т.п.) [8].

ЮНСИТРАЛ использует термин «публичная инфраструктура», понимая объекты, которые используются для предоставления услуг, являющихся жизненно важными для населения. Примеры публичной инфраструктуры, определяемой таким образом, могут быть приведены из самых различных секторов, и они включают различные виды объектов, оборудования или систем, в том числе следующие сектора: электроэнергетика, телекоммуникации, водоснабжение, санитария и транспорт [2].

Под термином «производственная инфраструктура» в данной работе понимаются материальные объекты, или комплекс материальных объектов, организующих такие отрасли хозяйства, как транспорт, связь, энергетика и водоснабжение, главной целью функционирования которых является обслуживание основного производства и имеющей социально-экономическую направленность.

Государственные и муниципальные учреждения, ответственные за управление подобными инфраструктурными объектами, в мировой практике называются публичными. К примеру, в соответствии с проектом федерального закона РФ «О концессионных договорах, заключаемых с российскими и иностранными инвесторами» к Перечню объектов государственной и муниципальной собственности в области инфраструктуры, предоставленных в пользование инвесторов, относятся [4]:

- объекты производственной инфраструктуры, а именно автомобильные и железные дороги, трубопроводный транспорт, предприятия энергетики и ЛЭП, ГЭС, аэропорты, информационно-коммуникационные системы и т.п. объекты для обслуживания сферы материального производства;

- группа объектов в сфере общественных услуг. Это: общественный транспорт, городское хозяйство и ЖКХ, местные социальные службы (занятости, обустройства мигрантов и т.п.) и др.;

Наряду с использованием термина «инфраструктура», анализ терминов «концессия» и «франшиза» выявил существенные различия в определении этих терминов и описании сфер их применения. К примеру, в США, Австралии, Канаде и ряде стран ЕС типовой арендный контракт на разработку нефтяного месторождения включает в себя все классические элементы концессии: арендную плату, бонусы, роялти, налоги, программу работ и т.д. В некоторых странах подобные соглашения прямо именуются концессиями – например, в Италии (*Concessione di Coltivazione*); в Ирландии – арендой [9]; в Великобритании, Норвегии, Греции и ФРГ – лицензиями на добычу [10].

Также в некоторых источниках, термин «франшиза» (от фр. *franchise* – льгота) имеет такое же значение, как и термин «концессия». В особенности это характерно при изучении истории развития концессии.

В связи с этим представляется важным раскрыть термин «концессия», предложенный разными авторами и источниками и определить, какое содержание будет вкладываться в понятие «концессия» в данной работе.

В настоящее время существует несколько определений термина «франшиза», причем этот термин используется в разных сферах деятельности и несет различную смысловую нагрузку, например, в области страхования – условная и безусловная франшиза [11].

Руководство по приватизации и конкуренции Виржинии так определяет термин «франшиза». Франшиза – это предоставление специальной привилегии для проведения экономической деятельности на определенном рынке. В контексте приватизации, под франшизой понимается предоставление правительственного гранта частной компании, дающего право обеспечивать услугами или строить и управлять объектом с общественной целью. Решение об эксклюзивности должно быть подтверждено франшизой, с целью обеспечения адекватной нормы прибыли для частной компании по проекту [12].

Под франшизой в данной работе понимается предоставление исключительных прав на выполнение какой-то определенной деятельности.

По определению, данному в БСЭ, концессия (от лат. *concessio* – разрешение, уступка) – это договор о передаче в эксплуатацию иностранному государству, компании, или отдельному лицу на определенный срок предприятий и других хозяйственных объектов, принадлежащих государству природных ресурсов [13].

По В.И. Ленину, «концессии – это договор государства с капиталистом для усовершенствования производства (добыча и сплав леса, полезных ископаемых и т.п.). При этом он, платя за это государству одну часть добываемого продукта, а другая идет ему в виде прибыли... Концессия – это арендный договор. Капиталист становится арендатором части государственной собственности по договору на определенный срок, но не становится собственником. Собственность остается за государством». Политика концессий у него это вопрос о способах взаимовыгодного привлечения иностранного капитала для развития всех производительных сил страны на территориально-отраслевой основе [14].

М. Керф, Д. Грай и ряд других авторов под концессиями понимают любое устройство, в котором фирма получает от правительства право на обеспечение сервиса при условиях значительной рыночной силы. Концессия поэтому является механизмом, который может быть использован в создании конкуренции для рынка [15].

А. Шмаров дает другое определение концессии, которое устанавливает правовые рамки и разделяет на концессии недропользования и инфраструктуры, концессия - это договор между бизнесом и государством, фиксирующий условия использования компанией государственной собственности. Если концессия сводится к разрешению работать с государственной собственностью по определенным правилам (в сырьевой сфере - согласно описанию месторождения и параметрам добычи, т.е. в исключительно горно-геологическом аспекте; в инфраструктуре - с учетом социальных требований), то она представляет собой административно-правовой акт, лицензию. Чем больше в концессии взаимных обязательств между государством и компанией, тем ближе она к договору гражданско-правового характера [16].

По мнению А. Конопляника, вкладывающего в определение концессии экономический смысл, концессия в ее современном понимании есть инструмент уменьшения риска для инвесторов при сохранении действующей налоговой нагрузки на проекты/компании при стабильной экономико-правовой среде, в которой действуют данные компании и реализуются данные проекты. Альтернативным вариантом снижения инвестиционных рисков в условиях сохранения нестабильности экономико-правовой среды, является снижение государством налоговой нагрузки на инвестора. При таком альтернативном варианте образуются «выпадающие доходы» государства, которые не смогут принести ни косвенных, ни мультипликативных эффектов в принимающей стране, что произошло бы, если бы эти «выпадающие доходы» были перераспределены в пользу инвестора. Однако при отказе от концессии и при сохранении инвестора «выпадающие доходы» будут перераспределены в пользу третьей стороны - банка, который обоснованно потребует с инвестора повышенный процент за предоставление финансирования для проекта, которому предстоит работать в условиях нестабильной среды, что повышает риск невозврата в расчетные сроки предоставленных инвестору банком заемных средств [17].

Ряд авторов, таких как М. Субботин, А. Аверкин, С. Сосна, Д. Алешин, под концессиями понимают систему договоров между государством и частным вкладчиком в отношении государственной собственности (монопольных видов деятельности). Как видно, одним из отличительных признаков концессии является государственная или муниципальная собственность, а также вид хозяйственной деятельности, на который распространяется монополия государства [4].

По определению, данному ЕС, концессия - это акт, причисляемый к государственным, которым государственная власть доверяет третьему лицу, будь то путем соглашения или путем одностороннего акта с получением согласия третьего лица, полное или частичное управление обслуживанием, которое обычно относится к ее компетенции и за которое третье лицо несет эксплуатационные риски. При этом в соответствии с директивами ЕС, проект, более 50% которого финансируется государством, не должен передаваться в концессию частному оператору - на него распространяются правила, которым подчиняются государственные проекты [5].

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамочном варианте закона «О концессионных договорах, заключаемых с российскими и иностранными инвесторами», разработанным Российской демократической партией «Яблоко», используется также широкое определение:

1. По концессионному договору одна сторона (далее - концедент) предоставляет другой стороне (концессионеру) на срочной и возмездной основе за счет и на риск концессионера при условии осуществления концессионером предусмотренных концессионным договором инвестиций:

- право пользования... государственным или муниципальным имуществом, право на создание концессионного объекта либо право на создание такого объекта с правом пользования этим объектом...;
- право осуществления в пределах определенной концессионным договором территории отдельных видов деятельности, исключительное право на осуществление которых принадлежит государству.

2. Концедент по своему усмотрению может принимать на себя часть рисков концессионера, связанных с частичным несением концедентом инвестиционных расходов концессионера или с участием концедента в осуществлении концессионного договора в иных формах.

Согласно Д. Некрасову, по отношению к типу договоров о концессии, государство в своих отношениях с частным бизнесом может выступать в двух ролях: гражданско-правовой и административ-

но-правовой [3]. Гражданско-правовым договором между государством, в лице определенного органа власти, и частной компанией является контракт на закупку определенных товаров для государственных нужд. При заключении подобного контракта государственный орган выступает исключительно в своей гражданско-правовой ипостаси, приобретая права и исполняя обязанности на тех же условиях, что и его контрагент. Административно-правовым договором между государством и бизнесом является лицензионное соглашение. При выдаче лицензии тот же самый государственный орган выступает уже в административно-правовой ипостаси, реализуя свои властные полномочия.

Кроме двух вышеперечисленных, существует и еще один тип договоров, по которым государство в своих правоотношениях с частным бизнесом выступает одновременно в обеих своих ролях. Именно такого рода договоры и будут определяться в работе как концессионные или относящимися к формам ГЧП.

Под концессией понимается форма правовой ответственности между уполномоченным государственным органом и частным инвестором по созданию объекта государственной собственности, при которой каждая из сторон имеет свои права и обязательства. Она используется для реализации такой цели – как достижение социально-экономической эффективности путем применения концессионного механизма и экономически выгодным распределением рисков.

В пользу данного подхода, можно привести мнение А. Поповой согласно которому, при партнерских отношениях деятельность частного участника как бы подменяет функцию публично-правового образования (в сфере коммунальных услуг, городского транспорта и т.п.), выступает вместо нее. Следовательно, в договорную природу контракта ГЧП внедряются элементы публично-правовой природы, относящиеся к сфере административного права, т.е. такое партнерство выходит за рамки гражданско-правовых отношений с их равенством субъектов и эквивалентно-возмездным характером отношений [18].

Провести типологию ГЧП достаточно сложно, так как число вариантов очень много. К примеру, в статье 2 Закона о ВОТ Филиппин приводится юридическое определение девяти различных видов инфраструктурных концессий внутри одной схемы ВОТ [19].

Согласно методологии ВБ роль государственного и частного секторов может быть представлена следующими формами ГЧП: контракты на предоставление услуг и на управление, передача в лизинг, модель ВОТ, концессии и продажа объектов частному сектору.

В таблице 1 приведены основные принципы, преимущества и недостатки различных форм ГЧП.

М. Субботин, А. Аверкин, С. Сосна и Д. Алешин разделяют инфраструктурные концессии на транспортные (дорожные) и «коммунальные» (в сфере городского и муниципального хозяйства).

У первых исключительные права концессионера чаще возникают в силу естественной монополии и объекта концессии (железные дороги, трубопроводный транспорт, метро, крупные автомагистрали и т.п.), у вторых – в силу законодательной монополии (государственной или локальной, местной). Для тех и других характерны договоры нескольких видов: т.н. «чистые концессии» (классической разновидности); договоры арендной разновидности; соглашения типа ВОТ (строительство–управление–передача); контракты на текущее управление государственными или муниципальными предприятиями и службами (т.н. операционный контракт), инвестиционные договоры о финансовом оздоровлении (санации) предприятий, и др.

Основные различия между ними заключаются не только по характеру представляемых концессионеру прав и по природе концессионного объекта, а главным образом по способу распределения рисков между сторонами соглашения.

Д. Некрасов и С. Патрикеев делят инфраструктурные концессии на две большие группы: объекты первых - это материальные имущественные комплексы, а вторых - это осуществление определенной деятельности, не связанной с имуществом.

Первая группа на такие разновидности, как ВОТ, BOO, BOOT, ROT, ROO и другие, которые различаются по режиму собственности на эксплуатируемый объект, а также механизмом возмещения издержек концессионера. Вторая группа состоит из контрактов на управление, на предоставление услуг и занятие определенной деятельностью.

Таблица 1 – Основные принципы, преимущества и недостатки различных форм ГЧП

Формы ГЧП	Основные принципы	Преимущества	Недостатки
1	2	3	4
Контракты на предоставление услуг	Частной компании поручается только обслуживание объекта государственной собственности: техническое содержание, технологический надзор и ремонт	Возможность проведения частным сектором профессиональной технической экспертизы	Не приветствуется качественное улучшение обслуживания данного объекта при низком уровне управления инфраструктурой
Контракты на управление	Частная компания управляет объектом, неся при этом ответственность перед государством за управление и получая вознаграждение по результатам своей работы	Выгоды в эффективности управления	Так как государство отвечает за инвестиции, то получение прибыли может вызвать трудности
Передача в лизинг	Частная компания берет в лизинг, принадлежащий государству объект, несет ответственность за его содержание, получает прибыль и выплачивает лизинговые платежи	Коммерческий риск у частного сектора, который дает сильные стимулы для эффективной работы	Государство отвечая за инвестиции, не приветствует необходимости соответствующей административной структуры
Концессии	Государство передает частной компании принадлежащий ему объект на срок, определенный концессионным соглашением, при этом частная компания несет риск не только по его эксплуатации и содержанию, но и по инвестициям, а по истечении срока действия соглашения объект передается государству	Наличие потенциала в высокой эффективности в эксплуатации и инвестициях	Требуется значительный вклад государства и надежная регулятивная система
Продажа объектов частному сектору	Продажа государственных объектов частному сектору	Наличие потенциала в получении высокоэффективных выгод	Требуется надежная регулятивная система
Примечание – составлено автором на основе источника [3]			

Ефимова Л.И. выделяет следующие формы сочетания государственного и частного интересов и распределения рисков [19]:

- соглашения по обслуживанию объектов государственной собственности (частник только обслуживает объект государственной собственности, а именно: техническим содержанием, технологическим надзором и ремонтом);
- контракты на управление (частник управляет объектом, отвечая перед государством за управление и получая вознаграждение по результатам своей работы);
- аренда объекта (частная компания арендует принадлежащий государству объект, отвечая за его содержание, получая прибыль и выплачивая арендные платежи);
- концессия (государство передает частнику принадлежащий ему объект на срок, определенный договором, при этом он несет риск не только по его эксплуатации и содержанию, но и по инвестициям, а по истечении срока действия договора объект передается государству);
- соглашение об инвестициях в создание, финансирование, эксплуатацию объекта с последующей передачей государству (В.О.Т.); соглашения об инвестициях в восстановление объекта с последующей собственностью инвестора (R.O.T.);
- соглашение об инвестициях с распределением риска между государством и частником с сохранением собственности инвестора (D.B.O.);
- соглашение об инвестициях с переходом объекта в собственность инвестора (B.O.O.). Объект финансируется, строится, эксплуатируется частной компанией и является ее собственностью; полное финансирование инвестором на свой риск с переходом объекта в полную его собственность (участие государства ограничивается выдачей лицензии инвестору и осуществлением технического надзора).

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

Таким образом, группировка концессий по признаку общих характеристик представляется достаточно условной из-за различий в опыте, законодательстве и институциональной структуре государств. В действительности важна приемлемость партнерства к законодательным и ин-

ституциональным условиям страны. Поэтому предлагается все концессии подразделить на две группы: к первой группе относятся различные варианты модели BOT (концессии, целью которых является финансирование, создание и управление объектов инфраструктуры частным сектором); ко второй группе принадлежат те концессии, в которых уже созданы объекты инфраструктуры (частный сектор управляет данными объектами, проводит их модернизацию или переоборудование).

Инвестирование в объекты экономической и социальной инфраструктуры традиционно является одной из основных задач государственного сектора. Государства используют налоговые поступления и/или займы различных финансовых институтов, таких как Всемирный Банк, необходимые для удовлетворения нужд в объектах инфраструктуры.

Развивающиеся страны, к примеру, тратят около 200 млрд. долл. каждый год на инвестиции в объекты инфраструктуры, из которых 90% всего объема инвестиций финансируется государством.

В странах, где развито ГЧП в инфраструктуре, крупные проекты, связанные с созданием новых объектов, в большинстве случаев реализуются специально созданными компаниями с одной единственной целью – управление объектом инфраструктуры на всех стадиях, т.е. от нахождения источников финансирования, строительства и дальнейшей эксплуатации. Необходимость построения адекватной системы финансирования, отвечающей всем особенностям создания объекта инфраструктуры, и отсутствие у проектной компании каких-либо активов, требует использования механизма ПФ.

ПФ является новой формой финансирования инвестиционных проектов с повышенным риском за счет доходов, получаемых от их реализации в будущем с использованием специальных механизмов путем создания специальной проектной компании, разумным распределением проектных рисков между участниками проекта. Следовательно, согласно концепции ПФ кредиторы рассматривают в качестве источника погашения кредитных ресурсов поток наличности или будущие поступления от реализации услуг созданного объекта. С другой стороны, рассмотрение только потока наличности вносит неуверенность у кредиторов, которые могут принять другие мероприятия, например, используя различные контрактные права по проекту для защиты своих интересов в случае неудачи проекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ядгаров Я.С. История экономических учений // Учебник для ВУЗов. 2-е издание. - М.: ИНФРА-М. - 2015. – 228 с.
- 2 United Nations Commission on International Trade Law. Legislative Guide on Privately Financed Infrastructure Projects. - 2011. P. 4-26.
- 3 Некрасов Д., Патрикеев С. Международный опыт законодательного регулирования концессионных отношений. Сборник научных материалов «Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом». - М., 2012. - С. 67-96.
- 4 Субботин М., Аверкин А., Сосна С., Алешин Д. Становление концессионного законодательства в России. Сборник научных материалов «Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом». - М. - 2012. - С. 10-36.
- 5 Альтернативный бюджет экономического роста. Предложения партии «ЯБЛОКО» по бюджетно-экономической политике на 2013-2015 годы. - М., 2012.
- 6 Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство в развитии и использовании транспортной инфраструктуры. Проблемы и пути решения. Материалы семинара «Государственно-частное партнёрство: новые концепции развития транспортной инфраструктуры», МЦТК ЕАТС РФ. - М., 2013.
- 7 Working Party on international legal and commercial practice. Public/Private Partnerships: a new concept for development. Committee for Trade, Industry and Enterprise Development. Economic Commission for Europe. Forty-eighth session. - 1999. - P. 4-11.
- 8 Большая Советская Энциклопедия. Том 10. - 358 с.
- 9 Рогинко С. Концессия как форма привлечения инвестиций в развивающиеся страны, Сборник научных материалов «Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом». - М. - 2012. - С. 101-108.
- 10 Сосна С. Концессионные соглашения: теория и практика. - М., 2012. - С. 36, 100.

11 Страховой словарь. Интернет-сайт www.allpravo.ru.

12 Шмаров А. Концессия в российском народном хозяйстве. Каковы риски для национальной экономики? Сборник научных материалов «Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом». - М., 2002. - С. 5-10.

13 Конопляник А.А. Договор концессии: возможное место и роль в инвестиционном законодательстве России. Материалы 1-ой международной научно-практической конференции «Проблемы правового регулирования организации и функционирования ТЭК России». - М., 2001.

14 Конопляник А.А. Концессионная политика: альтернативный вариант? // Коммерсантъ. - №2. - 1990. - С. 16-17.

15 World Bank and Inter-American Development Bank. Concessions for infrastructure. A guide to their design and award. - Technical paper № 399. - 1998. - P. 10-30.

16 Шмаров А. Концессия в российском народном хозяйстве. Каковы риски для национальной экономики? Сборник научных материалов «Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом». - М., 2002. - С. 5-10.

17 Конопляник А.А. Договор концессии: возможное место и роль в инвестиционном законодательстве России. Материалы 1-ой международной научно-практической конференции «Проблемы правового регулирования организации и функционирования ТЭК России». - М., 2001.

18 Попова А.Б. Юридические аспекты государственно-частного партнерства в России. Материалы семинара «Государственно-частное партнерство: новые концепции развития транспортной инфраструктуры», МЦТК ЕАТС РФ. - 2003.

19 Ефимова Л.И. Некоторые модели государственно-частных партнерств: тенденции и зарубежный опыт. Материалы семинара «Государственно-частное партнерство: новые концепции развития транспортной инфраструктуры», МЦТК ЕАТС РФ. - 2015.

REFERENCES

1 YAdgarov YA.S. Istoriya ehkonomicheskikh uchenij // Uchebnik dlya VUZov. 2-e izdanie. - M.: IN-FRA-M. - 2015. – 228 s.

2 United Nations Commission on International Trade Law. Legislative Guide on Privately Financed Infrastructure Projects. - 2011. P. 4-26.

3 Nekrasov D., Patrikeev S. Mezhdunarodnyj opyt zakonodatel'nogo regulirovaniya koncessionnyh otnoshenij. Sbornik nauchnyh materialov «Koncessiya. Ob ehffektivnom dogovore mezhdru gosudarstvom i biznesom». - M., 2012. - S. 67-96.

4 Subbotin M., Averkin A., Sosna S., Aleshin D. Stanovlenie koncessionnogo zakonodatel'stva v Rossii. Sbornik nauchnyh materialov «Koncessiya. Ob ehffektivnom dogovore mezhdru gosudarstvom i biznesom». - M. - 2012. - S. 10-36.

5 Al'ternativnyj byudzh et ehkonomicheskogo rosta. Predlozheniya partii «YABLOKO» po byudzh etno-ehkonomicheskoy politike na 2013-2015 gody. - M., 2012.

6 Varnavskij V.G. Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v razvitii i ispol'zovanii transportnoj infrastruktury. Problemy i puti resheniya. Materialy seminar a «Gosudarstvenno-chastnoe partnyorstvo: novye koncepcii razvitiya transportnoj infrastruktury», MCTK EATS RF. - M., 2013.

7 Working Party on international legal and commercial practice. Public/Private Partnerships: a new concept for development. Committee for Trade, Industry and Enterprise Development. Economic Commission for Europe. Forty-eighth session. - 1999. - P. 4-11.

8 Bol'shaya Sovetskaya EHnciklopediya. Tom 10. - 358 s.

9 Roginko S. Koncessiya kak forma privlecheniya investicii v razvivayushchiesya strany, Sbornik nauchnyh materialov «Koncessiya. Ob ehffektivnom dogovore mezhdru gosudarstvom i biznesom». - M. - 2012. - S. 101-108.

10 Sosna S. Koncessionnye soglasheniya: teoriya i praktika. - M., 2012. - S. 36, 100.

11 Strahovoj slovar'. Internet-sajt www.allpravo.ru.

12 SHmarov A. Koncessiya v rossijskom narodnom hozyajstve. Kakovy riski dlya nacional'noj ehkonomiki? Sbornik nauchnyh materialov «Koncessiya. Ob ehffektivnom dogovore mezhdunarstvom i biznesom». - M., 2002. - S. 5-10.

13 Konoplyanik A.A. Dogovor koncessii: vozmozhnoe mesto i rol' v investicionnom zakonodatel'stve Rossii. Materialy 1-oj mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Problemy pravovogo regulirovaniya organizacii i funkcionirovaniya TEHK Rossii». - M., 2001.

14 Konoplyanik A.A. Koncessionnaya politika: al'ternativnyj variant? // Kommersant". - №2. - 1990. - S. 16-17.

15 World Bank and Inter-American Development Bank. Concessions for infrastructure. A guide to their design and award. - Technical paper № 399. - 1998. - P. 10-30.

16 SHmarov A. Koncessiya v rossijskom narodnom hozyajstve. Kakovy riski dlya nacional'noj ehkonomiki? Sbornik nauchnyh materialov «Koncessiya. Ob ehffektivnom dogovore mezhdunarstvom i biznesom». - M., 2002. - S. 5-10.

17 Konoplyanik A.A. Dogovor koncessii: vozmozhnoe mesto i rol' v investicionnom zakonodatel'stve Rossii. Materialy 1-oj mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Problemy pravovogo regulirovaniya organizacii i funkcionirovaniya TEHK Rossii». - M., 2001.

18 Popova A.B. YUridicheskie aspekty gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v Rossii. Materialy seminarov «Gosudarstvenno-chastnoe partnyorstvo: novye koncepcii razvitiya transportnoj infrastruktury», MCTK EATS RF. - 2003.

19 Efimova L.I. Nekotorye modeli gosudarstvenno-chastnyh partnerstv: tendencii i zarubezhnyj opyt. Materialy seminarov «Gosudarstvenno-chastnoe partnyorstvo: novye koncepcii razvitiya transportnoj infrastruktury», MCTK EATS RF. - 2015.

ТҮЙІНДЕМЕ

Мақала мемлекеттік – жеке меншік әріптестік жүйесінде концессиялық келісімдердің рөлі мен орнын қарастырады.

RESUME

The article considers the role and place of concession agreements in the system of public-private partnership.

JEL classification: H5.H50.H60

**INTERRELATION OF THE FORECAST PARAMETERS OF THE REPUBLIC BUDGET WITH
THE STATE PROGRAM INDICATORS DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL COMPLEX**

A. Zhussupova

candidate of Economic Sciences, L.N. Gumilyov ENU,
Astana, Republic of Kazakhstan

G.Utibayeva

candidate of Economic Sciences, S.Seifullin KazATU,
Astana, Republic of Kazakhstan

R. Zhunussova

candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the S.Seifullin KazATU,
Astana, Republic of Kazakhstan

B. Utibayev

candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the S.Seifullin KazATU,
Astana, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – to identify the relationship of the forecast indicators of the approved republican budget for 2019-2021, developed in accordance with the Forecast of the socio-economic development of the country, with indicators of budget programs and an assessment of funding opportunities for the above-mentioned State programs.

Methodology – the use of methods for comparing and calculating dynamic indicators that characterize both the forecast indicators of budgets and the amount of funding for budget programs.

The value of the work – the forecast indicators of the republican budget were studied and an assessment was made of the reality of the implementation of state development programs developed in accordance with the Strategy-2050. From a scientific and practical point of view, the study of dynamic changes in the formation of budget revenues, including tax revenues by their main types, as well as the volume of expenses by functional groups, made it possible to correctly evaluate their relationship and the possibility of implementing approved state development programs.

Finding – it can be stated that in the approved republican budget for 2019-2021, the interrelation of costs by functional groups with the allocation of funds for the implementation of state programs is clearly traced. In this connection, a fairly detailed comparative description of the volume, structure, and directions of budget financing of expenditures has been given. The methodology described in the article for assessing the forecast parameters of the republican budget can be used to study financial disciplines, in particular, the state budget, as well as to assess the amount of funding for state programs.

Keywords – republican budget, revenues, costs, expenses, deficit, transfers, financial assets, budget loans.

МРНТИ 06.73.15

**ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОГНОЗНЫХ ПАРАМЕТРОВ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ
С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ АПК**

Жусупова А.К.

к.э.н., доцент ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,
г. Астана, Казахстан

Утибаева Г. Б.

к.э.н., асс. профессор КазАТУ им. С.Сейфуллина,
г. Астана, Казахстан

Жунусова Р.М.

к.э.н., доцент
КазАТУ им. С.Сейфуллина,
г. Астана, Казахстан

Утибаев Б.С.

к.э.н., доцент
КазАТУ им. С.Сейфуллина,
г. Астана, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – выявить взаимосвязь прогнозных параметров утвержденного бюджета республики на 2019, 2020 и 2021 годы, который был сформирован на основе данных Социально-экономического плана развития страны, с подлежащими финансированию объемами и направлениями госпрограмм развития.

Методология исследования – использование методов сравнения расчетных уровней динамики по данным бюджета республики и данные по объемам финансирования за счет бюджетных средств программ развития.

– изучены прогнозные данные бюджета республики и дана оценка реальности выделения бюджетных средств на реализацию намеченных программ развития агропромышленного комплекса (АПК), разработанных в соответствии со Стратегией – 2050. Научная и практическая ценность заключается в обосновании методически правильной оценки взаимосвязи и возможности реализации намеченных на предстоящие три года госпрограмм развития. Обоснование основывается на расчетах динамических изменений, имеющих место быть в процессе формирования доходов бюджета республики и основных видов налоговых поступлений с последующим их сопоставлением с суммами расходов по функциональным группам.

Результаты изучения: в утвержденном бюджете республики на 2019, 2020 и 2021 годы имеет место в динамике достаточно тесная связь расходов, предусмотренных по функциональным группам, с бюджетными средствами, выделенными на финансирование программ развития АПК. В связи с этим дана достаточно подробная оценка сравнения величины, структуры и направлений бюджетных расходов. Изложенная в статье методика будет полезна в процессе изучения финансовых дисциплин, в том числе предмета "Государственный бюджет" для оценки данных прогноза бюджета республики с точки зрения его расходов на поддержку программ развития страны.

Ключевые слова: бюджет республики, поступления в бюджет, расходы бюджета, дефицит бюджета, трансферты, социальная сфера, бюджетные кредиты.

ВВЕДЕНИЕ

Агропромышленный комплекс нашей страны выступает основным составляющим в эффективном развитии и использовании трудового и экономического потенциала сельских территорий. Также АПК призван обеспечить продовольственную безопасность республики. Для решения этих задач сельское хозяйство, как главная отрасль АПК, имеет достаточный потенциал. Мы уже сейчас находимся в числе крупнейших стран-экспортеров по производству и реализации зерна и муки. Это, а также членство Казахстана в Евразийском экономическом союзе и во Всемирной торговой организации требуют от нашей республики определенного соответствия. Мы полагаем, что членство в этих организациях предоставляет возможность создания различных условий для дальнейшего развития аграрной отрасли. Одновременно с этим диктуются определенные требования по производству востребованной на рынках конкурентоспособных товаров и продуктов этой отрасли.

С учетом этих и других обстоятельств была разработана на пять лет Государственная программа развития АПК республики (2017-2021 гг.), которую 14 февраля 2017 года Указом №420 утвердил Президент страны. Разработка этой программы преследовала цель – обеспечить за эти годы условия для выпуска способной конкурировать на рынках продукции сельского хозяйства и продуктов его переработки. Для реализации поставленной цели была обоснована необходимость решения 8-ми основных задач с достижением определенных целевых индикаторов. К примеру, здесь были названы такие важные для характеристики развития сельского хозяйства два индикатора, которые надо достичь к 2021 году. Это, во-первых, необходимость повышения на 38% производительности труда в сельскохозяйственной отрасли; во-вторых, увеличение на 30% выпуска валовой продукции и услуг этой отрасли в реальном исчислении [1].

Реализацию названной и других программ невозможно рассматривать в отрыве от исследования уровня государственной финансовой поддержки. Такой подход к исследованию развития АПК в достаточной степени обсуждается, поскольку имеет большой научный и практический интерес. Здесь же мы ставим вопрос несколько по-другому, а именно, мы рассматриваем господдержку программ развития АПК, исходя из их взаимосвязи с прогнозными параметрами уже утвержденных бюджетов республики на 2017, 2018 и 2019 годы. Также попытаемся дать оценку возможностей финансирования проектов, намеченных в названной пятилетней программе.

С практической точки зрения необходимость изучения прогнозных данных по доходам бюджета и данных по основным видам налоговых поступлений, а также расходов бюджета по функциональным группам в динамике заключается в возможности методически правильной оценки взаимосвязи названных показателей при реализации утвержденных программ развития АПК.

Обзор литературных источников по теме позволяет констатировать о наличии различных точек зрения по рассматриваемым вопросам, однако общим знаменателем здесь является то, что, по общему мнению, все госпрограммы развития сельского хозяйства должны иметь финансовую поддержку за счет бюджетных средств.

В некоторых работах казахстанских и зарубежных ученых изучены проблемы распределения расходов и направления финансирования социальной сферы и приоритетных отраслей национальной экономики, а также рассмотрены вопросы повышения эффективности использования доходов бюджета [2,3,4]. Некоторые авторы в своих трудах обосновывают необходимость использования программно-целевого механизма планирования в финансировании расходов. Они полагают, что использование такого инструмента при реализации государственной поддержки позволит увязать величину выделяемых бюджетных ресурсов с конечными результатами их использования. [5,6,7,8].

Следует поддержать мнение тех авторов, которые в своих работах отмечают, что финансирование таких расходов, как расходы на исследования в отрасли сельского хозяйства, на образование и на инфраструктуру, способствуют росту производительности труда и развитию сельскохозяйственного производства. Инвестирование в сельскохозяйственную инфраструктуру оказывает значительное влияние на состояние бедности в сельской местности, поскольку имеет место при этом комплексное развитие сельской территорий, которое приводит к экономическому росту и сокращению бедности. [9,10,11].

Отметим также, что некоторые положения научных работ отдельных российских авторов, посвященные вопросам улучшения механизма финансирования приоритетных госпрограмм и развитию методики обоснования необходимости прямой финансовой поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей [12,13,14], были учтены при написании данной статьи.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Как известно, любая госпрограмма или любой проект, прежде всего, должны иметь источники финансирования. Выше названная госпрограмма развития АПК также имеет четко обозначенные объемы и источники их финансирования. И сразу заметим, что больше половины предусмотренных расходов будут профинансированы за счет средств бюджета республики. Так, на весь период реализации этой программы необходимо порядка 2,4 трлн. тенге, из них на долю бюджета республики приходится чуть больше 1,2 трлн. тенге, на долю местных бюджетов – 0,9 трлн. тенге, а остальная часть будет финансироваться за счет других источников. Также заметим, что ежегодно предусмотренные объемы финансирования будут корректироваться в соответствии с параметрами бюджета.

Прежде чем рассмотреть объемы и направления финансирования расходов по этой госпрограмме, мы полагаем, будет правильным дать оценку прогнозным изменениям показателей трехлетнего бюджета республики. Здесь мы исходим из того, что выполнение любой программы либо любого проекта в значительной степени связано с формированием и распределением бюджетных ресурсов.

В развитии мировой экономики в последние годы наблюдается нестабильный рост, она характеризуется слабой динамикой спроса и инвестиционных вложений, а также повышенным уровнем безработицы. Тем не менее, в казахстанской экономике имели место определенные позитивные тенденции, поскольку за первое полугодие 2016 года на 28,5% повысилась цена на нефть, на 4,6% - на металлы. Мы, приводя состояние мировой и отечественной экономики за 2016 год, исходим из того, что развитие экономики, т.е. макроэкономический сценарий развития нашей страны на предстоящие три года, был разработан в августе 2016 года. При этом учитывались прогнозы развития мировой экономики, все сохраняющиеся в ней риски, сложившиеся ситуаций на товарных рынках мира. Однако макроэкономический сценарий на предстоящие пять лет разрабатывался с учетом более консервативных оценок, с учетом мнений экспертов по прогнозам цен на нефть. В исчислении базового сценария использовался прогноз цены на нефть в пределах 35 долл. США за баррель. А в базовом сценарии на 2020 года была принята цена на нефть в 40 долл. США, 2021 году – уже 45 долл. США за баррель. Исходя из этого, в 2017 году номинальная величина ВВП должна была составить 48,4 трлн. тенге с ростом до 51,7 трлн. тенге в 2018 году и до 55,3 трлн. тенге в 2019 году. Прогнозируется, что инфляция будет находиться в пределах 6-8% в 2017 году, 5-7% - в 2018 году и 4-6% - в 2019 году. Дефицит бюджета республики ожидается в сумме более 578 млрд. тенге, что составляет 1,2% к ВВП в 2017 году, в сумме почти 540 млрд. тенге в 2018 году, или 1% к ВВП и более 577 млрд. тенге в 2019 году, или 1% к ВВП [15]. Попутно заметим, что неравномерное изменение величины дефицита бюджета обусловлено нестабильным изменением величины реального ВВП.

Между тем, при формировании на предстоящие три года бюджета республики, наряду с макроэкономическими индикаторами плана социально-экономического развития страны, были учтены положения и направления современной экономической политики нашего государства. А действующая экономическая политика сформулирована с учетом положений, предусмотренной в стратегической программе Казахстана до 2050 года, в программе "Нұрлы Жол", а также на реализацию пяти институциональных реформ, предусмотренных планом нации "100 конкретных шагов".

Теперь проанализируем изменения показателей, содержащиеся в разработанном и утвержденном трехлетнем бюджете республики, и попытаемся оценить, как они увязаны с разработанными программами развития экономики страны, в частности, развития аграрной отрасли, как главной составляющей АПК [16]. Изучение прогнозных данных бюджета республики свидетельствуют, что в 2017 году запланированы доходы бюджета республики в объеме более 7,9 трлн. тенге, в 2018 году - более 7,7 трлн. тенге, в 2019 году - более 8,0 трлн. тенге. Как видим, в прогнозном варианте величина доходов сначала снижается в 2018 году на 2,6%, но повышается на 4,5% в 2019 году. Как и в предыдущие годы,

в качестве главных источников пополнения бюджета выступают поступления налогов и трансфертов из Национального фонда, поскольку они имеют наибольшие объем и удельный вес, а также ежегодную положительную динамику.

Так, по налоговым поступлениям предусматривается увеличение против предыдущего года в размере 104,7% и 106,0% соответственно по годам, или с 4,2 трлн. тенге в 2017 году до 4,4 трлн. тенге в 2018 году и до 4,7 трлн. тенге в 2019 году. Такая же картина складывается и по неналоговым поступлениям. Как видим, их величина в 2017 год составляет по прогнозу 113719,8 млн. тенге, в 2018 году - уже 114699 млн. тенге, а в 2019 году они возрастают до 163947,5 млн. тенге, что на 42,9% выше, чем в предыдущем году.

По данным бюджета не трудно заметить, что значительна роль трансфертов, как источников пополнения доходной части бюджета. По прогнозу видно, что в среднем за три года величина трансфертов будет составлять более 3 трлн. тенге ежегодно. Причем, как видим, из этой суммы почти 93% приходится на долю трансфертов из Нацфонда. Попутно заметим, что в доходах 2017 года величина трансферта спрогнозирована более чем в 3,5 трлн. тенге. Это объясняется корректировкой суммы трансферта согласно внесенным в Концепцию Нацфонда поправками. Эти поправки предусматривают выделение ежегодных субвенций только на финансирование инфраструктурной программы "Нұлы Жол", необходимой на поддержку занятости населения. Что касается поступлений от реализации государственной собственности, то они также возрастают по прогнозу с 3439,8 млн. тенге в 2017 году до 27053,1 млн. тенге в 2019 году, или более 7,9 раза. Такой значительный рост названных поступлений связан с дальнейшей приватизацией госсобственности.

Остановимся теперь на расшифровке налоговых поступлений, которая представляет определенный интерес, так как на их долю прогнозируется в среднем 55% всех доходов. Рассматривая структуру доходов, можно заметить, что самыми значимыми поступлениями в бюджет республики являются суммы налога на добавленную стоимость (НДС) и корпоративного подоходного налога (КПН). Отметим, что в структуре поступлений на долю НДС приходится 31,3%, а на долю КПН – 20% всех доходов. Следующими весьма важными источниками пополнения бюджета республики выступают таможенные платежи, которые занимают в структуре 11%, а налоги за использование природных и других ресурсов занимают 2,2% всех доходов.

Росту поступлений всех налогов в бюджет республики будет способствовать увеличение ставок на подакцизные товары, ужесточение налогообложения недропользователей, сокращение налоговых льгот. Увеличение суммы НДС в рассматриваемых бюджетах (с 1,598 трлн. тенге до 1,743 трлн. тенге намечается достичь за счет роста объема ВВП, а таможенных платежей – за счет повышения экспортных таможенных пошлин на сырую нефть. Удельный вес налога за пользование природными и другими ресурсами, хотя и снижается по прогнозу, однако в абсолютном объеме они будут возрастать за счет реализации природно-сырьевых ресурсов

В структуре поступлений в доходную часть бюджета республики удельный вес других налогов ежегодно колеблется от 0,1 до 0,5 процентов от суммы всех поступлений. Здесь отметим, прежде всего, незначительные суммы налога на игорный бизнес, что обусловлено низкими уровнем их ставок. Счита-ем, необходимо повысить ставки на игорный бизнес, поскольку действующие ставки приносят доходы владельцам игорного бизнеса, а не государству.

Приведенные выше показатели поступлений в бюджет республики характеризуют только одну сторону - источники финансирования, тогда как затраты бюджета являются источниками финансирования, которые призваны обеспечить реализацию задач экономической политики в предстоящие три года. Поэтому рассмотрим более подробно прогнозные объемы финансирования по функциональным группам затрат с точки зрения их взаимосвязи с направлениями необходимой финансовой поддержки программ развития экономики. Приведенные в таблице 1 данные показывают, что затраты утвержденного на 2017 год бюджета республики спрогнозированы в размере более 8,2 трлн. тенге, в 2018 году предусматривается некоторое их уменьшение до 8,1 трлн. тенге, а на 2019 год, наоборот, прогнозируется рост затрат до 8,5 трлн. тенге. Полагаем, такие прогнозные изменения связаны с необходимостью финансирования проектов экономического развития, которые мы попытаемся выяснить несколько ниже. Сейчас же рассмотрим следующий важный параметр республиканского бюджета - это так называемое "Чистое

бюджетное кредитование". Как видим (табл.1), приведенные по этому параметру цифры по прогнозу снижаются на 50% и на 70% соответственно по годам. Прогноз такого снижения обуславливается, с одной стороны, как результат значительного сокращения объемов предоставляемых ежегодно из бюджета кредитов, с другой - ростом размеров их погашения. Так, объем предоставляемых кредитов с 265919,7 млн. тенге в 2017 году сокращаются в 2019 году до 148301,1 млн. тенге, или на 45%, а сумма погашения, наоборот, увеличивается с 83616,8 млн. тенге до 121560,9 млн. тенге, или рост составит 45,4% соответственно. Нестабильный трехлетний прогноз предусматривается по третьему параметру республиканского бюджета - это так называемое "Сальдо по операциям с финансовыми активами".

Как видим (таблица 1), сальдо ежегодно имеет отрицательную величину, поскольку затраты на приобретение активов намного превышают величину поступлений от их продажи. Так, например, на 2019 год затраты по приобретению финансовых активов предусмотрены в сумме 128618,1 млн. тенге, тогда как поступление - всего лишь 3150,0 млн. тенге. Отсюда отрицательная разница будет составлять 125468,1 млн. тенге.

Таблица 1. Затраты утвержденного трехлетнего республиканского бюджета, млн. тенге

Виды затрат	2017г.	2018г.	2019г.	Цепные темпы изменений, %	
				2018г.	2019г.
1. Затраты, всего	8 208 313,6	8 125 720,3	8 468 056,9	99,0	104,2
в том числе:					
- государственные услуги общего характера	451 009,3	383 438,4	371 113,5	85,0	96,9
- оборона	408 412,9	407 660,5	371 055,5	99,8	91,0
- общественный порядок и безопасность	482 249,3	452 540,6	443 856,5	93,8	98,1
- образование	435 878,6	337 469,0	319 616,8	77,4	94,7
- здравоохранение	1 018 645,2	1 016 582,2	1 175 587,6	99,8	115,6
- социальная помощь и соцобеспечение	2 053 548,1	2 411 101,7	2 741 274,4	117,4	113,7
- ЖКХ	186 004,5	85 315,7	51 240,4	45,9	60,1
- культура, спорт, туризм и информация	99 406,2	85 462,6	86 740,8	85,0	101,5
- ТЭК и недропользование	49 636,7	49 486,3	50 959,9	99,7	102,9
- сельское хозяйство и связанные с ним отрасли	167 136,7	160 042,4	153 948,4	95,7	96,2
- промышленность и строительство	9 289,2	8 086,4	7 636,9	87,0	94,4
- транспорт и коммуникации	581 202,4	382 354,5	375 274,1	65,8	98,1
- прочие	255 458,9	282 359,4	213 694,0	110,5	75,7
- обслуживание долга	522 145,1	490 475,0	521 909,2	93,9	106,4
- трансферты	1 488 290,2	1 573 345,5	1 584 148,6	105,7	100,7
2. Чистое бюджетное кредитование	182 302,9	89 749,5	26 740,2	49,2	29,8
Бюджетные кредиты	265 919,7	219 152,3	148 301,1	82,4	67,7
Погашенные бюджетные кредиты	83 616,8	129 402,8	121 560,9	154,8	93,9
3. Сальдо по операциям с финансовыми активами	84 132,7	19 222,7	125 468,1	22,8	в 6,5 раза
Приобретение финансовых активов	87 032,7	21 422,7	128 618,1	24,6	в 6 раз
Поступление финансовых активов	2 900,0	2 200,0	3 150,0	75,9	143,2
Дефицит	578 082,4	539 650,0	577 124,9	93,3	106,9

Составлена автором на основе [16]

Заметим, такие прогнозные данные бюджетного кредитования и проводимых операций с финансовыми активами государства, наряду с другими факторами, в некоторой степени обуславливают величину дефицита бюджета. Абсолютная величина дефицита бюджета по прогнозу снижается в 2018 году до 539650 млн. тенге, или на 6,7% по сравнению с 2017 годом, в 2019 году, наоборот, предусмотрен его рост до 577124,9 млн. тенге, что составляет 6,9% по сравнению с уровнем 2018 года (таблица 1).

Изменения дефиците бюджета обусловлены также теми фискальными изменениями и ограничениями, предусмотренными в Концепции Нацфонда, а также соответствующими прогнозными цифрами развития экономики страны.

Теперь более подробно остановимся на прогнозных объемах затрат бюджета с точки зрения направлений использования бюджетных средств. По данным таблицы 1 мы уже установили, что преобладающей функциональной группой затрат, как и в прежние годы, выступает 6-ая группа затрат на финансирование социальной сферы. На долю расходов бюджета по этой группе в 2017 году запланировано 25,0% всех расходов, 29,7% в 2018 году и 32,4% в 2019 году. То есть сохраняется, как и прежде, социальная ориентированность республиканского бюджета. Достаточно большие объемы средств запланированы также для финансирования затрат по таким функциональным группам, как здравоохранение, обслуживание долга, общественный порядок и безопасность, оборона, транспорт и коммуникации, образование, а также прочие затраты государства.

Отмечая в целом положительные прогнозы финансирования затрат в трехлетнем бюджете страны, несколько подробно остановимся на изучении прогнозного объема расходов бюджета, предусмотренных по функциональной группе «Сельское хозяйство и связанные с ним отрасли». Здесь, как видим (таблица 1), не совсем понятное снижение объема финансирования затрат по этой функциональной группе. Если в 2017 году планируется выделение на эту группу 167136,7 млн. тенге, в 2018 году - 160042,4 млн. тенге, то в 2019 году эти суммы снизились до 153948,4 млн. тенге. При этом отметим, что доля расходов составляет около 2% от уровня всех затрат. Такой уровень, на наш взгляд, не соответствует целям, задачам и направлениям, которые предусмотрены госпрограммой развития АПК на 2017-2021 годы. Более того, сумма в 167,1 млрд. тенге, запланированная на 2017 год, не увязывается с предусмотренными на этот год расходами. Так, на этот год на реализацию данной программы необходимо было выделить более 359 млрд. тенге, из них только 198 млрд. тенге за счет средств бюджета республики, 144,5 млрд. тенге за счет средств местных бюджетов, а остальные - за счет других источников, например, привлечение кредитов коммерческих структур.

Другим немаловажным источником финансирования мы считаем бюджетное кредитование. Тем более, что в трехлетнем республиканском бюджете сельское хозяйство прогнозируется как основной получатель бюджетных кредитов в предстоящие годы. На долю этой отрасли запланировано выделение 36,9%, 45,4% и 67,2% всех кредитов соответственно по годам. И, как видим, объемы кредитов по прогнозу имеет тенденцию роста, что при их эффективном использовании будет способствовать развитию этой отрасли экономики.

В основе методологии исследования были использованы методы расчета показателей динамики, характеризующих данные бюджета республики и данные по финансированию программ развития, был проведен сравнительный анализ, данные представлены в таблице. Исходным материалом послужили прогнозные данные трехлетнего бюджета республики, утвержденные на 2017, 2018 и 2019 годы. Подробно изучены источники формирования доходов, а также направления и объемы финансирования расходов бюджета на реализацию государственных и отраслевых проектов и программ с реальными сроками их исполнения.

ВЫВОДЫ

Изучение основных показателей утвержденного бюджета республики на 2017, 2018 и 2019 годы позволяет констатировать, что в прогнозном варианте в некоторой степени соблюдается снижение затрат бюджета республики на уровне, не превышающем роста номинальной величины ВВП. Постоянное соблюдение данного условия позволит снизить уровень дефицита бюджета до 1% по отношению к ВВП. Разработанный трехлетний бюджет в большей степени ориентирован на реализацию предусмотренных программ развития экономики.

Вместе с тем, отмечая в целом, что объемы предполагаемых поступлений в бюджет республики имеют тенденцию роста в предстоящем трехлетнем периоде, однако нельзя сказать, что основным фактором прогнозного роста доходов бюджета является развитие не нефтяного сектора экономики, поскольку этот рост обуславливается развитием зависящей от нефтяных доходов налоговой базы. Наряду

с этим, необходимо отметить, что в феврале 2017 года были внесены изменения и дополнения в выше рассмотренный утвержденный трехлетний бюджет республики. Они внесены в связи с корректировкой прогнозных показателей социально-экономического плана развития Казахстана и в целях реализации задач, поставленных в ежегодном Послании Президента страны "3-я модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность". Изменились прогнозные цифры бюджета республики на 2017 год. Так, объем поступлений по уточнению предусматривается на 24% выше уровня утвержденного бюджета за счет улучшения макроэкономических показателей. Так, рост ВВП республики в этом году оценивается на уровне 2,5%, номинальная величина которого прогнозируется в объеме около 50000 млрд. тенге. Также предусматривается увеличение среднегодовой цены на нефть, соответственно, прогнозируется укрепление тенге по отношению к доллару.

В целом, уточнение бюджета республики на 2017 год предусматривало увеличение объема затрат на сельское хозяйство и связанные с ним отрасли до 215 896,9 млн. тенге по сравнению с прогнозным уровнем 167 136,7 млн. тенге. Такое увеличение объемов финансирования в большей степени соответствует выполнению тех задач, которые предусмотрены в Государственной программе развития АПК Казахстана. В результате проведенного анализа можно констатировать, что объемы предполагаемых поступлений в бюджет республики имеют положительную тенденцию, что свидетельствует о сохранении преемственности в формировании бюджета и возможностей финансирования реализуемых программ и проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Назарбаев Н. Послание Президента РК народу Казахстана "Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни" [Электрон. ресурс]. 2018.- URL: <http://www.akorda.kz> (дата обращения: 25.12.2018)
- 2 Концепция социального развития Республики Казахстан до 2030 года [Электрон. ресурс]. 2018.- URL: <http://economy.gov.kz/ru/pages/koncepciya-socialnogo-razvitiya-respubliki-kazahstan-do-2030-goda> (дата обращения: 25.12.2018)
- 3 Доклад министра финансов Смаилова А. в Сенате Парламента РК по проекту Закона РК "О республиканском бюджете на 2019-2021 годы" (26 ноября 2018 года) [Электрон. ресурс]. 2018.- URL: <https://www.zakon.kz/4947804-doklad-ministra-finansov-v-senate.html> (дата обращения: 25.12.2018)
- 4 Выступление министра национальной экономики Сулейменова Т.М. по ПСЭР РК на 2019-2023 годы на заседании Правительства (26 ноября 2018 года) [Электрон. ресурс]. 2018.- URL: <http://economy.gov.kz/ru/pages/vystuplenie-ministra-nacionalnoy-ekonomiki-suleymenova-tm-po-pser-rk-na-2019-2023-gody-na> (дата обращения: 25.12.2018)
- 5 Aimee L. Franklin. George M. Guess 2015. Government Budgeting: A Practical Approach. Albany// Public Budgeting & Finance.-2017.- Volume 37, Issue 4.- 211 pp. DOI: <https://doi.org/10.1111/pbaf.12164>
- 6 Richard Tresch (2014), Public Finance, Academic Press. California
- 7 Vito Tanzi. Government Budgeting and Expenditure Management: Principles and International Practice, by Salvatore Schiavo-Campo.- 2017.- Volume 38, Issue 3.-DOI:<https://doi.org/10.1111/pbaf.12192>
- 8 Исаков У. М. Проблемы бюджетной политики Казахстана и пути их решения//Central Asian Economic Review.-2018.-№3.- С.52-60
- 9 Cal Clark, Charles E. Menifield, LaShonda M. Stewart Policy Diffusion and Performance-based Budgeting // International Journal of Public Administration. – 2018. – No 41 (7). – pp. 528-534.
- 10 Утибаев Б.С., Жусупова А.К., Жунусова Р.М., Утибаева Г.Б. Оценка показателей республиканского бюджета на 2017-2019 годы и финансирование государственных программ развития// Central Asian Economic Review.- 2017.-№4.-С.102-113
- 11 G.Utibayeva, B.Utibayev, A.Baidakov, S. Saparbayev, Zholmukhanova, and R.Zhunosova//Prediction Parameters of the Republican Budget for 2016-2018 and their Analysis.- Volume VII Issue 4(18).-2016.- P.945-955. DOI: <http://dx.doi.org/10.14505/jarle>
- 12 Majah-Leah Ravago (2014), Sustainable Economic Development, Academic Press, NY

13 Daniel Klimovsky, Geert Bouckaert, Christoph Reichard Linking budgeting to results? Evidence about performance budgets in European municipalities based on a comparative analytical model // *Public Management Review*. – 2017. – No 19 (7). – pp. 932-953.

14 N.Kuchukova, G.Kerimbek, B.Saparova, A.Zhussupova. The financial aspects of the third economic modernization in Kazakhstan// *Journal of Social Sciences Research*. Vol. 4, Issue. 12, pp. 483-490, 2018. DOI: <https://doi.org/10.32861/jssr.412.483.490>

15 Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2019-2023 годы, одобренный на заседании Правительства РК, протокол № 33 от 28 августа 2018 года с учетом изменений от 26 ноября 2018 года, протокол № 47.

16 Закон РК "О республиканском бюджете на 2019-2021 годы" от 30 ноября 2018 года № 197-VI ЗРК

REFERENCES

1 Nazarbayev N. (2018) Poslanie Prezidenta RK narodu Kazakhstana "Rost blagosostoyaniya kazahstancsev: povyshenie dohodov i kachestva zhizni", available at: <http://www.akorda.kz> (data obrascheniya: December 25.2018)

2 Kontseptsiya sotsialnogo razvitiya Respubliki Kazahstan do 2030 goda [Elektron. resurs]. 2018.- URL: <http://economy.gov.kz/ru/pages/koncepciya-socialnogo-razvitiya-respubliki-kazahstan-do-2030-goda> (data obrascheniya: 25.12.2018)

3 Doklad ministra finansov Smailova A. v Senate Parlamenta RK po proektu Zakona RK "O respublikanskom byudzhete na 2019-2021 godyi" (26 noyabrya 2018 goda) [Elektron. resurs]. 2018.- URL: <https://www.zakon.kz/4947804-doklad-ministra-finansov-v-senate.html> (data obrascheniya: 25.12.2018)

4 Vyistuplenie ministra natsionalnoy ekonomiki Suleymenova T.M. po PSER RK na 2019-2023 godyi na zasedanii Pravitelstva (26 noyabrya 2018 goda) [Elektron. resurs]. 2018.- URL: <http://economy.gov.kz/ru/pages/vystuplenie-ministra-nacionalnoy-ekonomiki-suleymenova-tm-po-pser-rk-na-2019-2023-gody-na> (data obrascheniya: 25.12.2018)

5 Aimee L. Franklin. George M. Guess 2015. Government Budgeting: A Practical Approach. Albany// *Public Budgeting & Finance*.-2017.- Volume 37, Issue 4.- 211 pp. DOI: <https://doi.org/10.1111/pbaf.12164>

6 Richard Tresch (2014), *Public Finance*, Academic Press. California

7 Vito Tanzi. *Government Budgeting and Expenditure Management: Principles and International Practice*, by Salvatore Schiavo-Campo.- 2017.- Volume 38, Issue 3.- DOI: <https://doi.org/10.1111/pbaf.12192>

8 Искаков У. М. Проблемы бюджетной политики Казахстана и пути их решения// *Central Asian Economic Review*.-2018.- №3.- С.52-60

9 Cal Clark, Charles E. Menifield, LaShonda M. Stewart Policy Diffusion and Performance-based Budgeting // *International Journal of Public Administration*. – 2018. – No 41 (7). – pp. 528-534.

10 Utibayev B.S., Zhussupova A.Ê., Zhunusova R.Î., Utibayeva G.B. Ocenka pokazatelei respublikanskogo budgeta na 2017-2019 godi i finansirovanie gosudarstvennyh program razvitiya// *Central Asian Economic Review*.- 2017.- №4.- С.102-113

11 G.Utibayeva, B.Utibayev, A.Baidakov, S. Saparbayev, Zholtmukhanova, and R.Zhunusova// *Prediction Parameters of the Republican Budget for 2016-2018 and their Analysis*.-Volume VII Issue 4(18).-2016.- P.945-955. DOI: <http://dx.doi.org/10.14505/jarle>

12 Majah Leah Ravago (2014), *Sustainable Economic Development*, Academic Press,

13 NY

14 Daniel Klimovsky, Geert Bouckaert, Christoph Reichard Linking budgeting to results? Evidence about performance budgets in European municipalities based on a comparative analytical model // *Public Management Review*. – 2017. – No 19 (7). – pp. 932-953.

15 N.Kuchukova, G.Kerimbek, A.Zhussupova. The financial aspects of the third economic modernization in Kazakhstan// *Journal of Social Sciences Research*. Vol.4, Issue. 12, pp. 483-490, 2018. DOI: <https://doi.org/10.32861/jssr.412.483.490>

16 Prognoz socialno-ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Kazakhstan na 2019-2023 gody, odobrennyi na zasedanii Pravitelstva RĖ, protokol ¹ 33 it 28 avgusta 2018 goda s uchetom izmenenii it 26 noyabrya 2018 goda, protokol ¹ 47.

17 Zakon RĖ "O respublikanskom budgete na 2019-2021 gody" it 30 noyabrya 2018 goda ¹ 197-VI ZRĖ

ТҮЙІН

Мақалада Еліміздің әлеуметті-экономикалық дамуының болжамының негізінде әзірленген, бекітілген және нақтыланған 2019-2021 жылдардың республикалық бюджетінің көрсеткіштері және оның мемлекеттік даму бағдарламаларды қаржыландыру мүмкіншілігі қарастырылды. Сонымен қатар, мақалада бюджеттік несиелендірудің көлеміне, құрылымы мен бағыттарына салыстырмалы сипаттама берілген және ауыл шаруашылығы саласындағы әртүрлі жобаларды қаржыландыруға арналған шығындарға талдау жасалған.

Жүргізілген зерттеу нәтижесінде үш жылға нақтыланған республикалық бюджетте функционалдық топтар бойынша қарастырылған шығындармен мемлекеттік даму бағдарламаларды іске асыруға бөлінген қаражаттардың араларында қажетті арабайланыстар байқалады.

Мақалада келтірілген республикалық бюджеттің болжамдық көрсеткіштерін зерттеу әдістемесін республика бюджетінің орындайтын уақыттары белгіленген қысқа және ұзақ мерзімді мемлекеттік және салалық жобалар мен бағдарламаларға сәйкестігін оқып білуге пайдалануға болады.

SUMMARY

The article considers the indicators of the approved budget of the republic for 2019-2021, developed in accordance with the Socio-Economic Development Forecast, and its possibilities for financing the country's development programs. The article also provides a comparative description of the volume, structure and directions of budget crediting, and an analysis of the costs associated with financing various projects in the agricultural sector.

The results of the study of the parameters of the budget allow us to state that the approved republican budget for a three-year period can be traced to the interrelation of the functional expenses envisaged in the context of financial groups and the financial resources provided for financing ongoing projects and programs for the development of agriculture.

The research methodology cited in the article can be used to study the degree of orientation of the republican budget for the implementation of medium-term and long-term state and industry projects and programs with specific real terms for their implementation.

УДК: 330.341.4; 330.342; 338.33

**ORGANIZATIONAL, LEGAL AND PRACTICAL ASPECTS OF REALIZATION OF CONCESSION
AGREEMENTS IN KAZAKHSTAN**

Musabekova K.S.

Teacher, JSC "University NARXOZ"
Almaty, Kazakhstan

ANNOTATION

Purpose of the study - The organizational, legal and practical aspects of the implementation of concession agreements in Kazakhstan are reviewed.

Research Methods - Statistical and graphical methods, comparative analysis, general scientific methods of analysis and synthesis were used to solve the research problems.

Originality / value - The organizational, legal and practical aspects of the implementation of concession agreements in Kazakhstan are reviewed.

Conclusions - As a result of the study, the author comes to the following conclusion that the effective implementation of the concession mechanism in the field of infrastructure was hampered by the absence of: an appropriate legislative framework; openness in holding events at the choice of the concessionaire company; transparency of contracts signed; careful study of the conditions of such contracts, including a technical and economic description of existing and constructed facilities, an assessment of the value of property and costs, investment in fixed assets, termination of contracts and compensation for losses in case of non-fulfillment of obligations under a contract of a party, etc.

Keywords - concession agreement, public-private partnership, government agencies, investors, infrastructure.

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ
КОНЦЕССИОННЫХ СОГЛАШЕНИЙ В КАЗАХСТАНЕ**

Мусабекова К.С.

преподаватель, АО «Университет НАРХОЗ»
Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – Рассмотрены организационно-правовые и практические аспекты реализации концессионных соглашений в Казахстане.

Методы исследования – Для решения задач исследования использовались статистический и графический методы, сравнительный анализ, общенаучные методы анализа и синтеза.

Оригинальность/ценность – Рассмотрены организационно-правовые и практические аспекты реализации концессионных соглашений в Казахстане.

Выводы – В результате исследования автор приходит к следующему заключению, что эффективной реализации концессионного механизма в области инфраструктуры воспрепятствовало отсутствие:

- адекватной законодательной базы;
- открытого проведения выбора компании-концессионера;
- открытого характера подписываемых контрактов;
- достаточной проработки условий договоров, в том числе ТЭО имеющихся и возводимых объектов, оценивание имущества затрат и капиталовложений в основной капитал, при невыполнении обяза-

тельств по договору одной из сторон происходит расторжения контрактов и возмещения убытков. Ключевые слова – концессионное соглашение, государственно-частное партнерство, государственные органы, инвесторы, инфраструктура.

ВВЕДЕНИЕ

В казахстанской практике не существует стандартной формы модели BOT (Build-operate-transfer (строительство-эксплуатация-передача). Каждый проект BOT индивидуален и его характеристики зависят от сектора инфраструктуры, участников проекта, конкретной страны, норм законодательства и соглашения о концессии. Несмотря на это, имеются общие свойства. Консалтинговая компания «Baker & McKenzie» приводит следующие: более долгий срок строительства в сравнении с другими проектами; сравнительно долгий срок использования, измеряемый десятилетиями или веками; высокие затраты на финансирование, так как во время строительства уже необходимо выплачивать проценты, при отсутствии поступлений; так как задержки во время строительства вызывают большие затраты и потери в выручке, проектная компания оговаривает с изготовителем в контракте на строительство особые условия о стабильности выполнения сроков строительства (за досрочное завершение строительства объекта подрядчик-изготовитель получает бонус); относительно низкие затраты на эксплуатацию; инвесторы принимают высокий уровень риска при строительстве объекта, но меньший уровень риска при его эксплуатации; финансирование может осуществляться не только через частный сектор, но и во многих случаях от государства.

Проекты BOT вовлекают множество участников, совместно прилагающих усилия для эффективной реализации проекта.

В зависимости от определенного сектора инфраструктуры условия участия бизнеса и используемого финансового механизма реализации проектов состав участников проектов в инфраструктуры различается. В рамках механизма ПФ можно выделить такие стороны, которые участвуют в реализации проекта:

1 Государственные органы. В реализации проектов BOT принимают участие различные государственные органы, как на национальном, так и на региональном и местном уровне. Государственная организация-заказчик является основным органом, отвечающим за проект в рамках правительства. Для успешной реализации проекта может быть необходимо участие других государственных органов. Обычно, право на концессию выдается через заключение соглашения с проектной компанией.

2 Спонсоры или учредители проекта. Спонсоры или учредители проекта создают проектную компанию, при этом ими могут быть строительные и инженерные компании, различные кредитные учреждения и институциональные инвесторы, банки и страховые компании, а также производители оборудования, которые заинтересованы в получении заказа на поставку требуемого оборудования в рамках проекта. Важным условием состоятельности проекта будет участие компании-оператора, имеющего опыт эксплуатации и технической поддержки подобных объектов.

3 Проектная компания/консорциум. Проектная компания/консорциум получает концессию от государства, чьи права и обязанности регулируются соглашением о концессии. Проектная компания основывается согласно действующему законодательству принимающей страны. Ее цель – финансирование, возведение, эксплуатация и дальнейшая сдача готового объекта государству.

4 Инвесторы. В проекте BOT различают две группы инвесторов. К первой группе относятся инвесторы, которые не только предоставляют финансовые средства для развития проекта, но и являются учредителями проектной компании/консорциума и ответственными за реализацию проекта. Ко второй группе относятся инвесторы, вклад которых в проект ограничивается только осуществлением долгосрочных инвестиций и чей интерес выражается только в получении прибыли. Наличие у инвесторов нескольких ролей в проекте может вести к конфликту интересов. В случаях, когда инвестор (часто - строительная компания) имеет большую долю в проектной компании, Учредительное соглашение играет важную роль в учете интересов миноритарных акционеров. Для ограничения влияния мажоритарных акционеров в ущерб проектной компании при выработке стратегических решений и проведения единой политики, в Учредительном соглашении следует предусмотреть некоторые «превентивные»

меры. Для решения проблемы конфликта интересов строительная компания «Bechtel» (США) основала две дочерние компании: «Bechtel Development Company» и «Bechtel Financing Services». Они принимали участие в строительстве больших объектов в качестве владельцев доли в собственном капитале. Конфликт интересов должен устраняться через полностью независимый менеджмент от строительных компаний.

5 Кредиторы. Кредиторы предоставляют заемный капитал проектной компании для реализации проекта на основе Соглашения о займе. Кредиторами могут быть банки, инвестиционные и пенсионные фонды, международные финансовые учреждения и агентства по кредитованию экспорта и содействию инвестированию. Риски, с которыми сталкиваются кредиторы в рамках проектного финансирования, гораздо выше, чем при обычных сделках. Это обстоятельство влияет не только на условия, на которых предоставляются кредитные средства, но и на практические возможности их привлечения. Во многих случаях заемные средства предоставляются в форме синдицированных кредитов, при которой один или несколько банков представляют интересы других участвующих финансовых учреждений при проведении переговоров с проектной компанией или подготовкой финансовых документов.

6 Производители оборудования. Производители готовят необходимое оборудование по заказу проектной компании. Производителем, к примеру, может быть строительная или инженерная компания, изготовитель или поставщик оборудования, которые создают физическую сторону объекта. Производитель получает заказ в качестве учредителя или на основе выигранного тендера. На производителя переносятся существенные риски, такие как: сроки строительства или подготовки необходимого оборудования, затраты на изготовление и соблюдение соответствующих стандартов качества.

7 Компания-оператор. Компания-оператор может выступать в качестве проектной компании, учредителя проектной компании или стороной по Контракту эксплуатации. Опыт компании-оператора в реализации подобных проектов может являться конкурентным преимуществом при проведении тендера на создание объекта. Компания-оператор ответственна за эксплуатацию, технический осмотр и содержание в исправности объекта.

8 Консультанты. Для оценки возможности выполнения проекта по модели ВОР привлекаются консультанты из различных сфер, при этом заказчиками консультационных услуг могут выступать как правительство принимающей страны, так и остальные участники. Технические консультанты проводят инженерные расчеты, осуществляют надзор над строительством и дальнейшей эксплуатацией объекта. Финансовые консультанты исследуют экономическую часть проекта и разрабатывают структуру финансирования. Юридические консультанты занимаются разработкой необходимых нормативных и контрактных документов для государства. Для спонсоров они подготавливают контракты между участниками проекта. Знание особенностей законодательства принимающей страны является важным фактором. Например, при осуществлении проектов строительства электростанций по модели ВОР в Марокко в 80-х годах XX века было заключено 199 контрактов, при этом затраты на юридические услуги составляли 10% от стоимости проектов. Различные международные финансовые институты разрабатывают практические руководства по поиску консультантов. К примеру, FIDIC подготовила «Руководящие принципы Международной Федерации консалтинговых инженеров по выбору консультантов», целью которых является представление широко принятых методов выбора консультантов, объяснение соответствующих процедур и их объединение в один компактный документ, а также объяснение политики процесса выбора консультантов FIDIC.

9 Пользователи. Пользователей можно разделить на две большие группы - частные потребители (например, плата за проезд по автомобильной или железной дороге или плата за пользование водой и т.д.) и государство (может быть государство, регион или предприятие, которые находятся полностью или частично во владении государства и выполняют важные общественные задачи).

10 Для реализации проекта она заключает все необходимые контракты.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Глава государства подписал закон о государственно-частном партнерстве [1], который открыл новую страницу в развитии ГЧП в Казахстане. В Казахстане государственно-частное партнерство регулируется

ется двумя законами: Законом о концессиях, который охватывает крупные инфраструктурные проекты, и законом о «государственно-частном партнерстве» (11 ноября 2015 года), действие которого распространяется на все отрасли экономики.

Этим законом о ГЧП:

- снимаются ограничения по сферам применения ГЧП (все сферы экономики)
- вводятся новые виды контрактов (сервисные контракты, контракты жизненного цикла, контракты на внедрение инноваций)
- расширяется круг участников ГЧП (включены нацкомпании и холдинги, госпредприятия и финансовые организации).

Для применения норм нового закона о ГЧП разработан пакет подзаконных актов:

- Порядок планирования проектов ГЧП
- Порядок проведения конкурса по определению частного партнера
- Порядок проведения прямых переговоров по определению частного партнера
- Порядок проведения мониторинга договоров ГЧП
- Порядок отбора проектов ГЧП для предоставления или увеличения объема поручительств государства
- Критерии отнесения проекта ГЧП к проекту особой значимости
- Требования к экспертизе концепции проекта ГЧП, конкурсной документации, проекта договора ГЧП
- Правила приема объектов ГЧП в государственную собственность[1]

Законом предусмотрена возможность предпринимателям, имеющим в собственности готовые объекты, инициировать проект ГЧП и в случае отсутствия альтернативных предложений заключить договор без проведения конкурса на основании прямых переговоров.

По местным проектам ГЧП, которые реализуются на базе типовой документации конкурс осуществляется без проведения экспертиз и предварительной квалификации (на основании реестра НПП). Соответственно Национальная палата предпринимателей на республиканском уровне совместно с региональными палатами определяют подходы и формируют реестры бизнесменов, участвующих в местных государственно-частных проектах без предоставления предварительной квалификации.

Закон о государственно-частном партнерстве позволяет перейти от традиционных закупок услуг и работ по обслуживанию производства на сервисную модель, то есть передачи частнику сервисных функций. Долгосрочные гарантии по приобретению товаров, работ и услуг - основная мера государственной поддержки.

Сервисный контракт - это переход от капитальных к операционным затратам с выплатой фиксированной суммы.

Сервисные контракты в сфере здравоохранения обеспечивают его объекты такими видами услуг как лабораторные услуги, обслуживание питанием и т.п. Они базируются на сравнительных преимуществах частного партнера.

В сфере образования сервисные контакты используются для работы с информационно-коммуникационными системами.

Для повышения финансовой привлекательности социальных проектов предусмотрен широкий спектр господдержки.

Гарантия потребления позволяет размещать государственный образовательный заказ, закуп медицинских услуг и т.п. на средне- и долгосрочной основе, а компенсация инвестиционно-операционных затрат, («плата за доступность») позволяет покрывать затраты частного при не поступлении платежей от населения.

Арендная плата позволяет арендовать готовые частные социальные объекты без необходимости нового государственного строительства.

Местные исполнительные органы обеспечивают объекты ГЧП производственной инфраструктурой. При этом вопросы требующие межведомственной координации (земля, инженерные сети и т.п.) предусматривают необходимость создания координационного совета на местном уровне.

Для привлечения заемного финансирования существующий Закон предусматривает меры по защите интересов финансовых организаций, в том числе их возможность участия в процессе планирования проекта, заключение прямых соглашений с кредиторами. Для обеспечения привлекаемых займов есть возможность выдачи госгарантий и поручительства государства.

Закон предусматривает полную сервисную поддержку всех участников ГЧП (проведение исследований и выработка рекомендаций; экспертиза проектов; оценка реализации проектов и услуги по консультационному сопровождению проектов; обучение специалистов в области ГЧП) со стороны Казахстанского центра ГЧП.

Принятый Закон о ГЧП позволил внедрить механизм конкурентного диалога. Когда государство должно объявить о планируемом проекте ГЧП, а все участники могут обсуждать разработку концепции проекта, конкурсную документацию и проект договора ГЧП.

Закон о ГЧП, предполагает обязанность государственного партнера информировать всех потенциальных участников ГЧП о будущем проекте, путем размещения на своем веб-портале и веб-портале Центра ГЧП «запроса на выражение интереса» (request for interest).

Будущие партнеры могут участвовать в планировании будущего проекта, предлагать технические, финансовые и юридические решения проекта на всех стадиях разработки и реализации проекта ГЧП. При этом Закон о ГЧП позволяет заключить договор с единственным участником конкурса без необходимости проведения повторных конкурсов.

Правила проведения конкурсов предполагают отклонение конкурсных заявок по формальным признакам (нет подписи, печати, неправильно сшиты документы и т.п.). Для этого участнику конкурса дается время на исправление таких недостатков.

Концессионные механизмы в РК применяются довольно активно как в недропользовании, так и в инфраструктуре, поэтому был принят Закон РК «О концессиях», в котором определено понятие концессий, права и обязанности государства и частных партнеров.

Концессионеру могут передаваться права землепользования в соответствии с земельным законодательством РК. Согласно статье 18 данного Закона, в целях поддержки деятельности концессионеров могут передаваться следующие виды государственной поддержки: предоставление права на тарифы, обеспечивающие рентабельность концессионного проекта по производимым концессионером работам, товарам и услугам; налоговые и таможенные преференции, связанные с эксплуатацией объекта концессии.

Внедрение инфраструктурных концессий в РК требует определения следующих аспектов, представляющих основу эффективного привлечения частного сектора к решению проблемы изношенности основных средств в области инфраструктуры и удовлетворения потребностей пользователей в качественных услугах: принятие политического решения в отношении развития объектов инфраструктуры частным сектором путем их передачи в концессию; изменения в системе государственных органов, на которые возложены функции по регулированию инфраструктуры; принятие концессионного законодательства в области инфраструктуры и внесение изменений и дополнений в существующие нормативные акты, затрагивающие вопросы развития и регулирования инфраструктуры; влияние концессионных механизмов на хозяйственные процессы в стране с учетом таких факторов, как: государственный бюджет, структура инвестирования в объекты инфраструктуры, связь с различными государственными программами (например, улучшение качества питьевой воды и т.д.), предоставление различной государственной поддержки для создания конкурентоспособной нормы прибыли у частных компаний, тарифообразование.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Наиболее важными элементами внедрения ГЧП в Казахстане являются:

1. Институционально-правовой механизм, взаимодействия между государственными органами и частными компаниями;
2. экономическая составляющая, которая учитывает интересы всех заинтересованных сторон через адекватное распределение рисков и создание преимуществ для каждой из участвующих сторон.

Необходимыми методическими аспектами внедрения государственно-частного партнерства в Казахстане становятся следующие:

1. Программа развития инфраструктуры частным сектором, включающая в себя, в том числе и анализ международного опыта. Механизм реализации, создание и обучение task-группы, широкое освещение в СМИ, проведение обучающих семинаров, конференций, круглых столов среди госслужащих и частного сектора, роль государственных институтов развития и их функции, децентрализация и делегирование на местный уровень.

1. Создание государственного агентства по ГЧП с возможной его частичной приватизацией в будущем.

1. Методология ГЧП: программа, законодательство, сопутствующие документы (процесс отбора, государственно-частный компаратор, оценка рисков, ПФ), формы партнерства и их применимость в различных секторах, разработка документации по привлечению международных экспертов, роль и участие международных финансовых институтов, реализация 2-3 пилотных проектов.

Для успешного внедрения ГЧП, оно должно быть обозначено как значительная государственная инициатива, требующая политическую поддержку.

Основными предпосылками данной инициативы должны стать следующие факторы:

- недостаточность финансовых средств у государства;
- невысокий уровень развития производственной и социальной инфраструктуры;
- исторически обусловленная техническая и технологическая отсталость предприятий;
- достаточно высокий рост износа основных средств в инфраструктуре;
- потребности населения в качественных общественных услугах;
- поиск новых форм взаимодействия с частным сектором, способных внести эффективность и выгоды;
- создание конкуренции при выходе на монопольный рынок;
- недостаток государственного опыта в реализации программ по привлечению частного сектора в инфраструктуру;
- желание государства внедрить международные стандарты и технологии в отечественных компаниях.

Правительственные мероприятия по внедрению ГЧП представляют собой комплекс основополагающих мер от создания прогрессивной среды до заключения соглашения о концессии и ее регулировании.

Поддержка государства в успешной реализации проектов инфраструктуры частным сектором является главным условием. Для определения политики привлечения частных инвестиций в проекты инфраструктуры, государством предусматривается принятие специальной концепции или программы, которая может быть названа программой развития инфраструктуры частным сектором. Такая программа должна определять потенциальные проекты инфраструктуры, подходящие для участия частного капитала. Все эти проекты должны соответствовать государственным планам развития, обеспечивающие рост экономики страны. Для каждого проекта должно быть проведено анализ воздействия на социальную, экономическую и финансовую среду. Разработка такой программы важна, так как страна создает основу для такой политики. Структура данной программы может состоять из таких элементов, как стратегия развития, основные принципы, процесс управления и средства реализации. Наличие таких элементов в программе представляет особый интерес у частных инвесторов при проведении анализа.

При разработке программы также должно быть учтено, что гибкий подход дает право государству воспользоваться различными вариантами при обсуждении специфичных проектов и ввести специальные правовые механизмы защиты общественных интересов и условия к индивидуальным проектам.

Наряду с политической волей в принятии концессий, прозрачная и стабильная правовая среда по концессиям является одним из ключевых аспектов для участия в проектах инфраструктуры частных компаний.

По оценкам экспертов Казахстанского института стратегических исследований при Президенте РК, на создание развитой национальной транспортной инфраструктуры требуется около 12 млрд. долл.

до 2030г. При этом для привлечения масштабных инвестиций необходимо законодательное утверждение таких форм работы с инвесторами как концессия и система BOT. Развитие последней позволяет решить проблему репатриации капиталов, вывезенных ранее из страны, путем вкладывания их в строительство инфраструктуры [2].

Международная практика различает два подхода в отношении правового регулирования концессионных отношений:

- предоставление концессий обеспечивается в секторных законах: законы о телекоммуникациях, нефти и газе, дорогах и т.д. Главной идеей этих законов является то, что каждый сектор имеет свои собственные характеристики, которые требуют применения специального регулирования концессий (Голландия, Польша);
- общий закон о концессиях, обеспечивающий основные правила, при которых государственные органы делегируют право доставки общественных услуг третьей стороне - Венгрия (1991), Венесуэла (1994), Бразилия (1995) и Узбекистан (1995).

В Казахстане целесообразно введение смешанной модели правового регулирования концессионных отношений, т.е. разработка общего закона о концессиях в инфраструктуре, в котором будут прописаны основные юридические нормы, характерные для всех отраслей инфраструктуры (например, область применения, порядок разрешения споров, конкурсный отбор и т.д.), а также отраслевых законов, предусматривающих специфичность какой-то конкретной отрасли (например, различные сроки лесопользования в зависимости от вида услуг согласно Правилам проведения тендеров по лесопользованию). При разработке концессионного законодательства необходимо учесть то, что государство при заключении договора о концессии с частной компанией становится стороной по договору, имеющей свои права и обязательства. Действующее административное право, по которому государство взаимодействовало в договорах по государственным закупкам или обычного государственного обеспечения, в данном случае неприменимо, т.е. государство принимает гражданско-правовую ответственность.

Для полноты анализа применения концессий в РК необходимо рассмотреть соглашения о концессии в области инфраструктуры, которые были заключены с иностранными инвесторами. В таблице 1 приведены исходные условия при составлении данных соглашений.

Таблица 1 – Исходные условия заключенных соглашений о концессии в области инфраструктуры

Условия концессии	Величина показателей
1. Передача в концессию объектов электроэнергетики компании AES	
Инвестиционная программа, млн. долл.	600
Выплата бонуса, млн. долл.	20,7
Выплата бонуса за акции ТЭЦ, млн. долл.	до 4,5
Выплата задолженности по зарплате в течение первого года работы, млн. долл.	2,5
Срок действия концессии (срок продления), лет	20 (5)
2. Передача в концессию газотранспортных систем и их хозяйственной деятельности компании Tractebel	
Инвестиционная программа, млн. долл.	600
Выплата бонуса, млн. долл.	30
Выплата роялти от общего объема газа, %	2
Выплата Правительству РК, в % от чистой прибыли	40
Пересмотр доли прибыли Правительства, лет	каждые 5 лет
Строительство трубопровода на Астану в обход Бишкекской зоны, млн. долл.	100
Проведение ТЭО и строительство трубопровода в КНР	
Срок действия концессии (срок продления), лет	15 (5)
3. Передача в концессию национальных энергетических сетей консорциуму ABB (контракт был расторгнут обеими сторонами)	
4. Передача в концессию объектов железнодорожного транспорта компании «Досжан Темир Жолы»	
Инвестиционная программа, млн. долл.	21000
Срок действия концессии (срок продления), лет	20

5. Передача в концессию межрегиональной линии электропередачи компании «Батыс Транзит»	
Инвестиционная программа, млн. долл.	120
Срок действия концессии (срок продления), лет	15
6. Передача в концессию объектов морского транспорта компании «Mobilex Energy Ltd»	
Инвестиционная программа, млн. долл.	250
Срок действия концессии (срок продления), лет	49
Примечание - систематизировано автором	

В 1997г. после тендера и переговоров по передаче в концессию Западной и Южной газотранспортных систем, в котором приняли участие компании Enron (США), Gas de France (Франция), Bidas (Аргентина) и Tractebel (Бельгия), был подписан договор концессии газотранспортных систем с компанией Tractebel[3].

Впервые в Казахстане группа Tractebel появилась в 1995г., подписав генеральное соглашение об эксплуатации ряда электроэнергетических предприятий (электростанция в Уральске и городская электросеть Алматы). В 1996г. компания становится главным акционером национальной компании по производству и транспортировке электроэнергии Almaty Power Consolidated. В результате, уже на следующий год подача электроэнергии была значительно снижена. Вместо ожидаемых прибылей казахстанская электросеть начала приносить убытки. Компания Tractebel должна была осуществить программу ремонта, усовершенствования и расширения системы транспортировки газа. Кроме этого, компания намеревалась сразу приступить к ремонту и усовершенствованию контрольно-измерительных приборов, к проектированию и строительству необходимых новых систем и другим видам усовершенствования.

Приступив к работе, Tractebel учредила две дочерние компании - ЗАО Intergas Central Asia, для транспортировки газа в Казахстане, и Global Gas Group, для закупки газа в Узбекистане и снабжения им казахстанских потребителей. Intergas Central Asia за короткий срок работы отказала в доступе к трубопроводам другим поставщикам газа, лишив их возможности транспортировать и хранить газ. Далее, снижая давление в трубопроводной системе, дочерняя компания Tractebel сорвала ряд ранее заключенных контрактов. В тоже время Intergas Central Asia заявили об очередном многократном повышении тарифов на прокачку газа и его хранение. В свою очередь, компания Global Gas Group в 1997г. подписала договор с «Алматыгоргаз» на поставку газа со стопроцентной предоплатой. Однако давление газа в трубопроводе при положенных восемнадцати незначительно превышало одну атмосферу, хотя это в значительной степени было вызвано резким похолоданием, компанией не было перезаключено соглашение о закачке узбекского газа в подземное хранилище «Базой». Только в начале 1998г. компания закачала газ в хранилище, но давление в газовой сети не поднялось до необходимого уровня.

В 2000г. компания Tractebel заявила, что в нынешних условиях группа не может продолжать свою деятельность в РК, поскольку убытки за два года составили около 36 млн. долл. Позднее в Брюсселе группа Tractebel и компания «КазТрансГаз» подписали окончательный договор о приобретении казахстанской стороной всех предприятий в сфере ТЭК, которыми владела в Казахстане Tractebel за 100 млн. долл. Группа Tractebel полностью прекратила свою деятельность в Казахстане.

В 1997г. государством был проведен тендер по передаче в концессию НЭС КЕГОК. Заявки на участие в тендере подали пять компаний. Контракт на передачу в концессию НЭС КЕГОК был заключен с американским консорциумом АБВ. Однако через месяц он был расторгнут. Причиной послужили разногласия как со стороны АБВ, так и правительства. Со стороны АБВ, с самого начала выражалась неудовлетворенность формой концессии - электрические сети фактически будут находиться в собственности государства, что создает сложности для инвестора при привлечении международных кредитов под инвестиционные проекты и делает проблематичными гарантии по инвестициям, вложенным иностранной компанией. Со стороны правительства, одной из главных причин расторжения контракта стало резкое ухудшение финансового состояния КЕГОК - увеличение неплатежей и сокращение доли плательщиков, потребителей электроэнергии за транзит электричества с 70 до 12%. Общий объем кре-

диторской и дебиторской задолженностей КЕГОК на тот момент составил около 800 млн. долл. Кроме того, правительство было разочаровано тем, что консорциум так и не смог получить международные гарантии инвестирования в проект минимально необходимых 200 млн. долл.

Большую заинтересованность компании, помимо обеспечения энергией, представляли намеченные исследования по возможности экспорта электричества в Китай и развитие современного судоходства в Казахстане [4].

Первым классическим примером модели BOT в РК явился проект строительства железной дороги «Шар – Усть-Каменогорск», реализуемый компанией-концессионером АО «Досжан Темир Жолы». Предлагаемая схема строительства объекта - модель BOT. При финансировании строительства железнодорожной линии использовались инфраструктурные облигации для привлечения средств пенсионных фондов и собственные средства концессионера. АО «Досжан Темир Жолы» создана в форме акционерного общества, главным акционером которой является Инвестиционный фонд Казахстана - 49% акций, остальная доля 51% - средства частных компаний. Акционерный капитал составляет 1,17 млрд. тенге. Компания будет строить железную дорогу и эксплуатировать ее на протяжении всего срока концессии - 20 лет, после чего линия перейдет в собственность государства. Между правительством и АО «Досжан Темир Жолы» в июле 2005г. заключено концессионное соглашение. Строительство железнодорожной ветки Шар-Усть-Каменогорск началось в августе 2005г. и планируется завершить в 2007г. Протяженность участка - 153 км. Со строительством железной дороги казахстанские перевозчики перестанут пересекать российскую границу и проходить таможенные процедуры, что даст им существенную экономию. Например, предприятие «Восток-Цемент» сэкономит 4 долл. с каждой тонны груза, общий объем сэкономленных средств АО «Казцинк» оценивается в 5 млн. долл.

Еще одним проектом ГЧП является строительство и эксплуатация межрегиональной линии электропередачи «Северный Казахстан – Актюбинская область», реализуемый компанией-концессионером АО «Батыс Транзит». Ее учредителями стали КЕГОК с 20% пакетом акций и «Мехэнергострой» с 80% пакетом. Источниками финансирования являются инфраструктурные облигации, под которые планируется привлечь средства пенсионных фондов, кредиты банков и собственные средства компании. Срок концессии – 15 лет.

Другой проект – расширение морского порта Актау, осуществляемый казахстанской компанией «Mobilex Energy Ltd». Стопроцентным учредителем данной компании является европейская компания «Mobilex». Объем привлекаемых средств составляет 250 млн. долл., которые в полном объеме финансируются за счет собственных средств «Mobilex Energy Ltd» без обеспечения каких-либо обязательств. Срок эксплуатации объекта - 49 лет.

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

В целом, используемый в Казахстане метод прямых переговоров. соответствует практике стран, не имеющих надежной правовой и регулятивной системы по ГЧП. Прямые переговоры по пилотным проектам могут быть предпочтительны при условии получения государством необходимого опыта работы с частными инвесторами. Впоследствии государство станет способным эффективно организовывать отбор потенциальных частных инвесторов. В таких странах, как США, Великобритания, Австралия, также используются прямые переговоры, но при соблюдении особых условий. Например, в Австралии они разрешены в случае, если частный инвестор предлагает правительству проект, содержащий инновационные подходы, а затраты по сравнению с государственным обеспечением являются более низкими. Там, где государство не использует тендерных процедур, оно должно внести некоторую степень конкуренции для обеспечения транспарентности и экономической эффективности. Например, если предлагаются инновационные подходы или новая технология, возможно заключить контракт только на фазу проектирования, а затем провести тендер на ее реализацию.

В международной практике также существуют такие процедуры определения исполнителя проекта, как конкурентные переговоры, при которых сначала проводится открытый тендер с широкими техническими требованиями по проекту и только затем – прямые переговоры с одним или несколькими выбранными претендентами или же проведение переговоров с несколькими компаниями одновременно.

но. Результатом таких переговоров является заключение одного или нескольких контрактов по проекту[5].

Очевидно, что наше государство начало реализовывать пилотные проекты ГЧП на основе прямых переговоров. Насколько этот подход правилен и какие дальнейшие шаги предпримет правительство, покажет время.

Таким образом, анализ передачи объектов инфраструктуры Казахстана в концессию иностранным компаниям позволяет сделать вывод, что эффективной реализации концессионного механизма в области инфраструктуры воспрепятствовало отсутствие: соответствующей законодательной базы; открытости в проведении мероприятий по выбору компании-концессионера; транспарентности подписываемых контрактов; тщательной проработки условий таких контрактов в том числе технико-экономического описания имеющихся и возводимых объектов, оценку стоимости имущества и затрат, инвестиций в основной капитал, расторжения контрактов и возмещения убытков при невыполнении обязательств по контракту одной из сторон и т.д.; адекватного тарифного регулирования, проведения мониторинга деятельности компании-концессионера; проведения SWOT-анализа с целью учета рисков при возможном изменении условий контракта; наличия независимого регулирующего органа, обладающего квалифицированным персоналом; готовности общественного мнения к передаче в концессию частному сектору объектов государственной собственности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 3 Закон Республики Казахстан от 31 октября 2015 года № 379-V ЗРК. О государственно-частном партнерстве // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000379>
- 4 Варнавский В.Г. Методологические вопросы становлений концессионной деятельности // Журнал «Экономика строительства». - №9. - 2017. - С. 14-15.
- 5 Смирнов С.Л. Транспортно-коммуникационный комплекс в системе экономической безопасности Казахстана. Казахстанский институт стратегических исследований. Опубликовано на сайте www.kisi.kz.
- 6 Мухамбетов Г.М. Государственное регулирование развитием производственной инфраструктуры– Туркестан. – 2013. - 80 с.
- 7 Информация пресс-службы Премьер-министра РК. Опубликовано на сайте www.government.kz.

REFERENCES

- 3 Zakon Respubliki Kazahstan ot 31 oktyabrya 2015 goda № 379-V ZRK. O gosudarstvenno-chastnom partnerstve // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000379>
- 4 Varnavskij V.G. Metodologicheskie voprosy stanovlenij koncessionnoj deyatel'nosti // Zhurnal «Ekonomika stroitel'stva». - №9. - 2017. - S. 14-15.
- 5 Smirnov S.L. Transportno-kommunikacionnyj kompleks v sisteme ehkonomicheskoy bezopasnosti Kazahstana. Kazahstanskij institut strategicheskikh issledovanij. Opublikovano na sajte www.kisi.kz.
- 6 Muhambetov G.M. Gosudarstvennoe regulirovanie razvitiem proizvodstvennoj infrastruktury– Turkestan. – 2013. - 80 s.
- 7 Informaciya press-sluzhby Prem'er-ministra RK. Opublikovano na sajte www.government.kz.

ТҮЙІНДЕМЕ

Мақалада Қазақстанда концессиялық келісімдерді жүзеге асырудың ұйымдастырушылық, құқықтық және практикалық аспектілері қарастырылады.

SUMMARY

The article discusses the organizational, legal and practical aspects of the implementation of concession agreements in Kazakhstan.

УДК: 330.322.012

JEL classification: 08.00.00.05.25.00

**THE MAIN APPROACHES TO THE SCIENTIFIC DEFINITION
OF INVESTMENT AND INVESTMENT ACTIVITIES**

D.M.Turekulova

Doctor of Economic sciences, Professor
Kazakh University of Economics, Finance and International Trade
Astana, the Republic of Kazakhstan

L.K.Mukhambetova

Candidate of Economic sciences, Associate Professor
Kazakh University of Economics, Finance and International Trade
Astana, the Republic of Kazakhstan

G.B.Bermukhamedova

Candidate of Economic sciences, Associate Professor
Caspian State University of technologies and engineering named after Sh. Yessenov
Aktau, the Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – consider the need to study the nature of investment; explore approaches to the definition of the term «investment», to the concept of the essence of investment. It is expected to study the basic characteristics, the essential features of the investment, the essence of the investment process and investment activity.

Methodology – the analysis, comparative approach, generalization, deduction, dialektiko-logical approach.

Originality/value – the approaches to the definition of investments in the works of domestic and foreign researchers are analyzed and systematized.

Findings – the development of society as a whole and individual economic entities is based on the expanded reproduction of material values, ensuring the growth of national wealth. The basis of economic development is investment. The analysis of different points of view of researchers regarding the understanding of the nature of investments, their most important features and characteristics makes it possible to prove the essential role and importance of investment processes in ensuring the sustainable functioning of the economy.

Keywords – investment, investment, nature of investment, signs of investment, investment process, investment activity.

УДК: 330.322.012

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К НАУЧНОМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.М.Турекулова

д.э.н., профессор

Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
город Астана, Республика Казахстан

Л.К.Мухамбетова

к.э.н., доцент

Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
город Астана, Республика Казахстан

Г.Б. Бермухамедова

к.э.н., доцент

Каспийский государственный университет технологии и инжиниринга имени Ш.Есенова
город Актау, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – рассмотреть необходимость изучения природы инвестиций; исследовать подходы к определению термина «инвестиции», к понятию сущности инвестиций. Предполагается изучить основные характеристики, существенные признаки инвестиций, сущность инвестиционного процесса и инвестиционной деятельности.

Методология – анализ, сравнительный подход, обобщение, дедукция, диалектико-логический подход.

Ценность – проанализированы и систематизированы подходы к определению инвестиций в трудах отечественных и зарубежных исследователей.

Результаты – развитие общества в целом и отдельных хозяйствующих субъектов основывается на расширенном воспроизводстве материальных ценностей, обеспечивающем рост национального богатства. Основой экономического развития являются инвестиции. Анализ различных точек зрения исследователей относительно понимания сущности инвестиций, их наиболее важных признаков и характеристик дает возможность доказать существенную роль и значимость инвестиционных процессов в обеспечении устойчивого функционирования экономики.

Ключевые слова – инвестиции, капиталовложение, сущность инвестиций, признаки инвестиций, инвестиционный процесс, инвестиционная деятельность

Важнейшей предпосылкой осуществления экономических преобразований в любой стране являются инвестиции, способные обеспечить вложения в развитие и совершенствование производства, социальной сферы, кадрового потенциала. Реализация программ и мероприятий, способствующих переходу Казахстана к экономике знаний, требует привлечения значительных денежных и материальных ресурсов с целью проведения системных преобразований в экономике, для технического перевооружения производства, внедрения новых технологий, развития наукоемких производств и отраслей. Аккумуляция необходимого объема капитала является только средством обеспечения реальных условий для непрерывного функционирования каждого хозяйствующего субъекта. При этом важное значение для увеличения объема капитала имеет выбор наиболее эффективных форм финансовых вложений, а именно инвестиций.

Следует отметить, что как в юридической, так и в экономической литературе большое внимание уделяется вопросу о понятии инвестиций. Объяснить это можно тем, что инвестиции выступают в двух основных качествах. С одной стороны, инвестиции рассматриваются как экономическая категория, а

с другой стороны, - как правовая категория, поскольку правовые отношения возникают из экономических отношений, а не наоборот.

На сегодняшний день совершенно очевидно, что инвестиции и инвестиционная деятельность занимают неоспоримо важное место в экономическом развитии страны. Между тем в экономической литературе пока не сложилось единого мнения относительно понимания сути инвестиций. Разнообразие мнений и подходов к определению инвестиций обусловлено тем, что понятие инвестиций отличается сложностью и многоаспектностью, а также отсутствием четкой правовой регламентации его в действующем законодательстве.

Термин «инвестиции», имеющий латинское происхождение (*investire*) в переводе означает «облачать». В экономическую теорию и практику данное понятие пришло из английского языка - *to invest* (вкладывать) [1].

Как известно, в эпоху феодализма инвеститурой назывался ввод вассала во владение феодалом. Этим же словом обозначалось назначение епископов, получавших в управление церковные земли с их населением и право суда над ним. При этом введение в должность сопровождалось соответствующей церемонией облачения и наделения полномочиями. Инвеститура давала возможность инвеститору (на современном языке – инвестору), не только приобщать к себе новые территории для получения доступа к их ресурсам, но и участвовать в управлении этими территориями.

С течением времени слово инвестиция пополнилось целым рядом новых значений, стало использоваться в различных сферах деятельности, а одно из значений - долгосрочное вложение капитала в какое-либо предприятие - в силу массовости стало общеупотребительным.

В экономической литературе выработаны различные подходы к определению термина «инвестиции». Так, Дж. Кейнс под инвестициями понимал текущий прирост ценности капитального имущества в результате производственной деятельности данного периода или ту часть дохода за данный период, которая не была использована для приобретения [2]. Гитман Л.Дж. и Джонк М.Д. в качестве инвестиций рассматривают способ помещения капитала, который должен обеспечить сохранение или возрастание стоимости капитала и принести положительную величину дохода. В данных определениях содержится явно выраженное указание на основную цель инвестирования – получение дохода. В то же время их объединяет полное отождествление понятий «инвестиции» и «капиталовложение» [3]. П.Массе считал, что инвестирование представляет собой акт обмена удовлетворения сегодняшней потребности на ожидаемое удовлетворение ее в будущем с помощью инвестиционных благ [4]. Маршал А. анализировал процесс инвестирования как часть общей проблемы – механизма функционирования рынка капитала. Он давал определение условий инвестирования, состоящее в сопоставлении затрат и результатов. В своих работах Маршал А., в отличие от своих предшественников, механизм формирования инвестиционных решений определял более конкретно [5].

Встречающиеся в экономической литературе отдельные представления об инвестициях чрезмерно сужают это понятие рамками отдельных присущих им качеств и признаков. Поэтому такие определения нельзя признать полными и исчерпывающими. Так, Балобанов И.Т. считает, что инвестиции – это применение финансовых ресурсов в форме долгосрочных вложений капитала [6]. Садвокасов К., Сагдиев А. отмечают, что инвестиции представляют собой вложения долгосрочного характера в создание и приобретение внеоборотных активов длительного пользования, а также долгосрочные финансовые вложения в ценные бумаги и уставные капиталы других предприятий [7].

Однако выделение в качестве основного признака долгосрочности вложений является ошибочным, поскольку инвестиции могут быть и краткосрочными. С одной стороны, долгосрочные инвестиции более предпочтительны для обеспечения экономического роста. А с другой стороны, в условиях роста инфляции и увеличения издержек производства долгосрочное инвестирование является малопривлекательным для отечественных и иностранных инвесторов. Поэтому на первый план выходит краткосрочное и среднесрочное инвестирование. Причем такая тенденция характерна не только для Казахстана.

Одной из основных проблем современной мировой экономики является усиливающаяся тенденция к сокращению сроков инвестирования. К примеру, исследования, проведенные в США, показали, что акции компаний приобретаются в среднем сроком на два года, в то время как в 60-х годах XX века их

покупали на 7 лет. В настоящее время большинство акционеров стремится к быстрой отдаче от вложенных инвестиций; управляющие компании исходят из тех же предпосылок. А это в значительной степени снижает эффективность капиталовложений и негативно отражается на экономике страны в целом [8].

Вместе с тем, существуют и более общие дефиниции инвестиций. Так, Дж. Розенберг считает, что инвестиции представляют собой использование денег для получения больших денег, извлечения дохода или достижения прироста капитала, или того и другого [9]. Бор М. и Денисов А. к инвестициям относят помещение капитала, денежных средств в какие-либо предприятия, организации, долгосрочные проекты и т.д. [10].

Воронин В.Г. подчеркивает, что по своему экономическому содержанию инвестиции сохраняют свою денежную форму или превращаются в материально-вещественные и другие формы. Иными словами, происходит процесс превращений: ресурсы – затраты – доход [11]. Игошин Н.В. предлагает рассматривать инвестиции в широком и узком смысле. По его мнению, инвестиции в наиболее общей форме представляют собой вложения свободных денежных средств в различные формы финансового и материального богатства. А в узком смысле инвестиции – это затраты денежных средств, направленные на воспроизводство капитала, его поддержание и расширение [12]. В данном случае трудно определить, насколько подход в узком и широком смыслах отличаются друг от друга. Ведь в обоих случаях речь идет о денежных средствах, хотя в последнем случае имеются в виду инвестиции, осуществляемые в форме капиталовложений.

Необходимо напомнить, что в условиях централизованной плановой экономики термин «инвестиции» не использовался. Обычно речь шла о капитальных вложениях, т.е. о затратах, направляемых на воспроизводство основных фондов, их увеличение и совершенствование. При этом под инвестициями подразумевалось долгосрочное вложение капитала в различные отрасли экономики. Иными словами, инвестиции отождествлялись с капитальными вложениями.

С началом осуществления в стране рыночных преобразований точка зрения на содержание категории «инвестиции» изменилась, что нашло отражение в действующем законодательстве. Под инвестициями стала пониматься совокупность затрат, реализуемых в форме целенаправленного вложения капитала на определенный срок в различные отрасли и сферы экономики, в объекты предпринимательской и других видов деятельности для получения прибыли и достижения, как индивидуальных целей инвесторов, так и положительного социального эффекта. Понятно, что инвестиции понимаются как более широкое понятие, чем капитальные вложения.

В качестве экономической категории инвестиции определяют как экономические отношения, которые возникают в процессе расширенного воспроизводства по поводу использования накапливаемой части созданного продукта для увеличения количества и улучшения качества производственного и финансового капиталов. В широкой трактовке понятие инвестиции применяют как вложение капитала с целью последующего возрастания.

В Законе РК «Об инвестициях» (2003 г.) содержится следующее определение: инвестиции – это все виды имущества (кроме товаров, предназначенных для личного потребления), включая предметы финансового лизинга с момента заключения договора лизинга, а также права на них, вкладываемые инвестором в уставной капитал юридического лица или увеличение фиксированных активов, используемых для предпринимательской деятельности [13].

Такая трансформация законодательного определения инвестиций интересна в том плане, что инвестиции обозначаются универсальной категорией «имущество». То есть инвестиции понимаются как все виды имущества. С одной стороны, это логично, а с другой стороны, следует акцентировать внимание и на объективных результатах творческой интеллектуальной деятельности. Как подчеркивает Каудыров Т.Е., гражданское законодательство РК одновременно закрепляет несколько значений права интеллектуальной собственности: разновидность имущества; результат творчества и средство индивидуализации; элемент гражданской правоспособности; исключительное право, принадлежащее гражданину или организации. При этом каждое из них характеризует суть и роль права интеллектуальной собственности на различных этапах развития гражданского правоотношения. В России действует не-

сколько иной подход. То есть результаты интеллектуальной деятельности относятся к категории нематериальных объектов и к отношениям, связанным с использованием и защитой исключительных прав. Безусловно, законодательная трактовка понятия «инвестиции» в такой абстрактной форме не отражает присущей им специфики и делает их безликими.

Анализ экономической литературы показал, что к настоящему времени сложилось два основных подхода к понятию сущности инвестиций. Суть первого подхода состоит в том, что можно считать инвестированием только лишь то вложение денежных средств, которое направлено на развитие функционирующего общественного капитала. А суть второго подхода заключается в том, что можно считать инвестициями любые типы вложений, которые приносят инвесторам прибыль. Несмотря на то что в большинстве своем мнения экономистов расходятся, все большее распространение получает широкий подход к понятию инвестиций.

Вместе с тем, в настоящее время формируется рыночный подход к пониманию сущности инвестиций, характерными чертами которого являются:

- связь инвестиций с получением дохода как мотива инвестиционной деятельности;
- рассмотрение инвестиций в единстве двух сторон: ресурсов и вложений;
- анализ инвестиций не в статике, а в динамике, что позволяет объединить в рамках категории «инвестиции» ресурсы, вложения и отдачу вложенных средств;
- включение в состав объектов инвестирования любых вложений, дающих социально-экономический эффект.

При рыночном подходе под инвестициями понимается процесс, в ходе которого осуществляется преобразование ресурсов в затраты с учетом целевых установок инвесторов - получения дохода (эффекта).

Таким образом, многообразие понятий термина «инвестиции» в современной отечественной и зарубежной экономической литературе в значительной степени определяется широким диапазоном сущностных сторон этой, довольно сложной экономической категории.

Очевидно, что для уточнения содержания понятия «инвестиции» следует более подробно остановиться на основных характеристиках, определяющих их сущность.

1. Инвестиции как объект рыночных отношений. Разнообразные инвестиционные ресурсы, товары и инструменты, используемые в процессе инвестирования как объект купли-продажи, формируют особый вид рынка, называемый инвестиционным рынком.

2. Инвестиции как объект собственности. Дело в том, что инвестиции, как объект предпринимательской деятельности, выступают в качестве носителей всей совокупности прав собственности. При этом инвестиции могут быть представлены как носители всех форм этой собственности. В ходе инвестиционной деятельности права собственности могут использоваться во всей совокупности, а могут быть разделены.

3. Инвестиции как объект экономического управления. Известно, что инвестиции выступают носителем преимущественно экономических характеристик и экономических интересов. В связи с чем они являются субъектом экономического управления как на микро-, так и на макроуровне любых экономических систем.

4. Инвестиции как наиболее активная форма вовлечения накопленного капитала в экономический процесс. Следует заметить, что в теории инвестиций их связь с накопленным капиталом (сбережениями) занимает центральное место. Это определяется в первую очередь сущностной природой капитала. В таком случае инвестиции необходимо рассматривать как наиболее активную форму использования накопленного капитала.

5. Инвестиции как фактор производства. Капитал, используемый в инвестиционном процессе во всех его формах, может быть задействован, прежде всего, в производственной деятельности предприятия.

6. Инвестиции как фактор экономического роста. Для нормального развития производства требуется постоянное расходование средств на изменение технологических возможностей, чтобы обеспечить эффективное расширенное воспроизводство. Здесь важен не только количественный рост инвестиций, но и их качественный рост [14].

7. Инвестиции как источник генерирования эффекта предпринимательской деятельности. В этом случае цель инвестирования заключается в достижении конкретного эффекта. Главной целевой установкой инвестиций является зачастую достижение прироста суммы инвестированного капитала, положительной величины инвестиционной прибыли, положительной величины чистого денежного потока, обеспечение сохранения ранее вложенного капитала. В основе генерирования дохода реальных инвестиций лежит производительность инвестируемого капитала.

8. Инвестиции как возможность использования накопленного капитала во всех альтернативных формах. Это означает, что в инвестиционном процессе каждая из форм накопленного капитала имеет свой диапазон возможностей и специфику механизмов конкретного использования.

9. Инвестиции как альтернативная возможность вложения капитала в любые объекты хозяйственной деятельности. Инвестируемый капитал вкладывается в формирование имущества предприятий, в их активы.

10. Инвестиции как объект временного предпочтения. Это означает, что процесс инвестирования капитала непосредственно связан с фактором времени. Экономическая ценность нынешних и будущих благ, связанных с инвестициями, для владельцев инвестируемого капитала неравнозначна. Перед инвестором встает альтернатива временного предпочтения использования капитала. Например, выбрать для инвестиционной деятельности кратко- или долгосрочные объекты инвестирования. Для того чтобы инвестор решился на долгосрочные вложения, ему необходимо обеспечить достаточно весомое вознаграждение в форме инвестиционного дохода.

11. Инвестиции как носитель фактора риска. Важнейшей характеристикой инвестиций является риск. При этом уровень риска инвестиций находится в прямой зависимости от уровня ожидаемой их доходности.

12. Инвестиции как носитель фактора ликвидности. Все формы и виды инвестиций характеризуются определенной ликвидностью. Под ликвидностью инвестиций понимается их способность быть реализованными по реальной рыночной стоимости. Это дает возможность высвободить капитал в случае наступления неблагоприятных экономических условий и использовать его в определенной сфере предпринимательской деятельности, в отдельном сегменте рынка или регионе [15].

13. Инвестиции как способ обновления основных производственных фондов промышленности и сферы услуг, а также способ осуществления политики расширенного воспроизводства.

14. Инвестиции как способ ускоренного внедрения достижений научно-технического прогресса и инноваций.

15. Инвестиции как способ структурной перестройки общественного производства и сбалансированного развития всех отраслей народного хозяйства.

16. Инвестиции как основа для гражданского строительства, развития систем здравоохранения и образования.

17. Инвестиции как способ решения социальных и экологических проблем. Основные характеристики, определяющие экономическое содержание инвестиций, тесно связаны с другими экономическими категориями и факторами.

Таким образом, анализ наиболее важных характеристик инвестиций показывает многоаспектность этого экономического явления. При этом все рассматриваемые характеристики тесно взаимосвязаны и требуют комплексного подхода при определении их экономического содержания.

В то же время среди исследователей отсутствует единое мнение относительно признаков инвестиций. Многие из них к признакам инвестиций относят срочность вложения, целенаправленность вложения, рискованность вложения, потенциальную способность получать доход. Данный перечень признаков инвестиций отличается тем, что исследователи акцентируют внимание на срочности и рискованности вкладываемых средств.

Анализ разных позиций авторов позволил систематизировать имеющиеся подходы к данному вопросу. На наш взгляд, наиболее важными и существенными признаками инвестиций являются следующие:

— вложения отдельных лиц (инвесторов), имеющих собственные цели, не всегда совпадающие с общеэкономической выгодой;

- потенциальная способность инвестиций приносить доход;
- определенный срок вложения средств;
- целенаправленный характер вложения капитала в объекты и инструменты инвестирования;
- использование разных инвестиционных ресурсов, характеризующихся спросом, предложением и ценой, в процессе осуществления инвестиций;
- наличие риска вложения капитала (рисунок 1).



Рисунок 1 – Основные признаки инвестиций

В отношении того, что следует понимать под инвестиционной деятельностью, также нет единого мнения. Так, одни исследователи считают, что процесс осуществления инвестиций в объекты предпринимательства и социальной инфраструктуры, называется инвестиционной деятельностью. Другие под инвестиционной деятельностью понимают деятельность, связанную с вложением средств в объекты инвестирования с целью получения дохода (эффекта). В Законе РК «Об инвестициях» указано, что под инвестиционной деятельностью следует понимать деятельность физических и юридических лиц по участию в уставном капитале коммерческих организаций, или по созданию или увеличению фиксированных активов, используемых для предпринимательской деятельности, а также для реализации проекта государственно-частного партнерства, в том числе концессионного проекта.

Направления инвестиционной деятельности и их характеристика представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Характеристика направлений инвестиционной деятельности

Направление	Характеристика инвестиций	Уровень риска
Замещение материально-технической базы	Сравнительно легко определяются по объему, номенклатуре и параметрам	Небольшой, связан с качеством объекта инвестиций
Обновление и развитие материально-технической базы	Требуется анализа рыночной конъюнктуры и прогноза перспектив деятельности предприятия и номенклатуры продукции	Средний, связан с конъюнктурой рынка продукции
Расширение объемов производственной деятельности	Требуется многоаспектного анализа конкурентоспособности продукции на рынке, положения предприятия в отрасли, регионе	Существенный, связан с риском заговаривания продукцией, изменениями конъюнктуры
Освоение новых видов деятельности	Требуется тщательной проработки бизнес-плана и плана маркетинга по новым видам деятельности в увязке с традиционными видами	Существенный, связан с нестабильностью рынка
Участие в комплексных инвестиционных проектах	Требуется анализа качества самого проекта, состава участников его реализации	Большой, связан с долгосрочностью инвестиций и отложенным получением прибыли
Инвестиции в ценные бумаги	Требуется анализ рынка ценных бумаг, инвестиционных качеств их конкретного вида. При эффективной инвестиции высока степень ликвидности	Существенный, зависит как от конъюнктуры рынка ценных бумаг, макроэкономической обстановки
Примечание – составлено авторами на основе источника [16]		

В соответствии с рисунком 2, инвестиционный процесс обладает всеми признаками системы. То есть в нем присутствует субъект (инвестор), объект (объект инвестиций), связь между ними (инвестирование с целью получения инвестиционного дохода) и среда, в которой они существуют (инвестиционная среда). При этом связь выступает системообразующим фактором, так как объединяет все остальные элементы в одно целое.

Движение инвестиций включает две основные стадии. Содержанием первой стадии «инвестиционные ресурсы - вложение средств» является собственно инвестиционная деятельность. Вторая стадия «вложение средств - результат инвестирования» предполагает окупаемость осуществленных затрат и получение дохода. Эта стадия характеризует взаимосвязь и взаимообусловленность двух необходимых элементов любого вида экономической деятельности: затрат и их отдачи.

С одной стороны, экономическая деятельность связана с вложением средств, а с другой стороны, целесообразность этих вложений определяется их отдачей. Понятно, что без получения дохода не будет и мотивации инвестиционной деятельности, ведь вложение инвестиционных ресурсов осуществляется с целью возрастания авансированной стоимости. В связи с чем инвестиционную деятельность в целом можно определить как единство процессов вложения ресурсов и получения доходов в будущем.

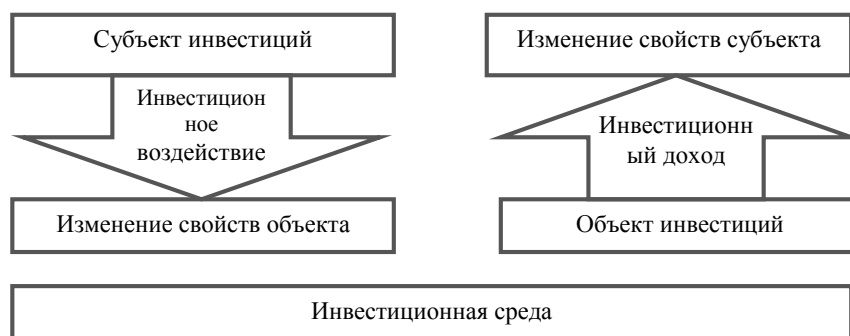


Рисунок 2 - Системный подход к сущности инвестиционного процесса

Примечание – составлено авторами на основе источника [17]

При вложении капитальных ценностей в реальный сектор экономики движение инвестиций на стадии окупаемости затрат осуществляется в виде индивидуального кругооборота производственных фондов, последовательной смены форм стоимости. В процессе этого движения создается готовый продукт, воплощающий в себе прирост капитальной стоимости, в результате реализации которого образуется доход.

При этом следует иметь в виду, что инвестиционная деятельность является необходимым условием индивидуального кругооборота средств хозяйствующего субъекта. Движение инвестиций, в ходе которого они последовательно проходят все фазы воспроизводства от момента мобилизации инвестиционных ресурсов до получения дохода и возмещения вложенных средств, выступает как кругооборот инвестиций и составляет инвестиционный цикл. Это движение носит постоянно повторяющийся характер, так как доход, образующийся в результате вложения инвестиционных ресурсов в объекты предпринимательской деятельности, каждый раз распадается на потребление и накопление, являющееся основой следующего инвестиционного цикла [18].

Совокупность кругооборотов выступает как оборот инвестиций, что показано на рисунке 3.

Понятно, что инвестиционный процесс не существует сам по себе, а всегда включен в определенное пространство следующего уровня. Это означает, что он должен быть рассмотрен в рамках целостного подхода, применение которого позволяет исчерпывающе описать место и роль инвестиционного процесса как в отдельно взятой сфере деятельности, так и в системе общественных отношений.

В момент осуществления вложения инвестор устанавливает связь с конкретным объектом и становится его участником. Такое объединение первоначально в результате воздействия инвестора приводит к изменению свойств объекта инвестиций. Затем измененные свойства в виде инвестиционного дохода

воздействуют на инвестора, изменяя в свою очередь его свойства, в том числе восполняя существующий дефицит. В итоге, после прекращения инвестиционного процесса субъект и объект начинают существовать в новом качестве. Именно так инвестиционный процесс способствует диффузии свойств субъекта и объекта.



Рисунок 3 – Оборот инвестиций

Примечание – составлено авторами на основе источника [19]

При реализации инвестиционного процесса необходимо учитывать, прежде всего, влияние следующих взаимосвязанных между собой факторов:

- функциональное соотношение, согласно которому доход распределяется на потребление и сбережение;
- норма чистой прибыли: чем выше норма прибыли, тем больше объем инвестиций;
- ссудный процент; причем инвестирование является экономически выгодным и целесообразным в том случае, когда норма прибыли превышает ставку ссудного процента;
- темп инфляции, поскольку чем выше темп инфляции, тем ниже реальный доход от инвестиций, а значит, меньше мотивация для осуществления долгосрочного инвестирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компанией; пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
- 2 Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Прогресс, 1978
- 3 Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования. Перевод с английского. - М.: Дело, 1997
- 4 Массе П. Критерии и методы оптимального определения капиталовложений. - М., 1971
- 5 Маршалл А. Основы экономической науки. - М.: Эксмо, 2007
- 6 Балобанов И.Т. - Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом. - М.: Финансы и статистика, 1995
- 7 Садвокасов К., Сагдиев А. Долгосрочные инвестиции банков: Анализ. Структура. Практика – М.: Ось-89, 1998
- 8 Хилл Ч. Международный бизнес. – СПб: Питер, 2013
- 9 Розенберг Дж. М. Инвестиции: Терминологический словарь. - М.: ИНФРА-М, 1997
- 10 Бор М.З., Денисов А.Ю. Инвестиции и инновации: словарь-справочник от А до Я. – М.: ДИС, 1998
- 11 Воронин В. Г. Организация и финансирование инвестиций. – Омск: Изд-во Омский дом печати, 1999
- 12 Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2000
- 13 Закон Республики Казахстан. Об инвестициях: принят 8 января 2003 года
- 14 Теплова Т.В. Инвестиции. Теория и практика: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2016
- 15 Турыгин О.М. Инвестиции как источник экономического роста: сравнительный анализ России и других стран // Современные проблемы науки и образования. – 2014. - № 6

- 16 Гуляева Г.Г. Сущность инновационно-инвестиционной политики // Современные научные исследования и инновации. – 2015. - № 9
- 17 Лесина Т.В. Системный подход к инвестициям в инновации // Креативная экономика. – 2010. - № 12
- 18 Воробьева И.М. Роль инвестиций в экономике // Молодой ученый. – 2015. - № 10
- 19 Коган А. Б. Новации оценки локальной и глобальной эффективности реальных инвестиций: монография. – Новосибирск : НГАСУ (Сибстрин), 2012

REFERENCES

- 1 Baffett U. Jesse ob investicijah, korporativnyh finansah i upravlenii kompaniej; per. s angl. - M.: Al'pina Biznes Buks, 2005
- 2 Kejns Dzh. Obshhaja teorija zanjatosti, procenta i deneg. - M.: Progress, 1978
- 3 Gitman L.Dzh., Dzhonk M.D. Osnovy investirovaniya. Perevod s anglijskogo. – M.: Delo, 1997
- 4 Masse P. Kriterii i metody optimal'nogo opredeleniya kapitalovlozhenij. – M., 1971
- 5 Marshall A. Osnovy jekonomicheskoy nauki. – M.: Jeksmo, 2007
- 6 Balobanov I.T. - Osnovy finansovogo menedzhmenta. Kak upravljat' kapitalom. - M.: Finansy i statistika, 1995
- 7 Sadvokasov K., Sagdiev A. Dolgosrochnye investicii bankov: Analiz. Struktura. Praktika – M.: Os'-89, 1998
- 8 Hill Ch. Mezhdunarodnyj biznes. – SPb: Piter, 2013
- 9 Rozenberg Dzh. M. Investicii: Terminologicheskij slovar'. - M.: INFRA-M, 1997
- 10 Bor M.Z., Denisov A.Ju. Investicii i innovacii: slovar'-spravochnik ot A do Ja. – M.: DIS, 1998
- 11 Voronin V. G. Organizacija i finansirovanie investicij. – Omsk: Izd-vo Omskij dom pečati, 1999
- 12 Igoshin N.V. Investicii. Organizacija upravlenija i finansirovanie: Uchebnik dlja vuzov. - M.: Finansy, JuNITI, 2000
- 13 Zakon Respubliki Kazahstan. Ob investicijah: prinjat 8 janvarja 2003 goda
- 14 Teplova T.V. Investicii. Teorija i praktika: uchebnik dlja bakalavrov. – M.: Jurajt, 2016
- 15 Turygin O.M. Investicii kak istochnik jekonomicheskogo rosta: sravnitel'nyj analiz Rossii i drugih stran // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2014. - № 6
- 16 Guljaeva G.G. Sushhnost' innovacionno-investicionnoj politiki // Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovacii. – 2015. - № 9
- 17 Lesina T.V. Sistemnyj podhod k investicijam v innovacii // Kreativnaja jekonomika. – 2010. - № 12
- 18 Vorob'eva I.M. Rol' investicij v jekonomike // Molodoj uchenyj. – 2015. - № 10
- 19 Kogan A. B. Novacii ocenki lokal'noj i global'noj jeffektivnosti real'nyh investicij: monografija. – Novosibirsk: NGASU (Sibstrin), 2012

ТҮЙІНДЕМЕ

Жүргізілген зерттеулер негізінде авторлармен «инвестиция» терминін, инвестицияның экономикалық категория ретіндегі мәнін түсініктемелеу ұстанымдарында белгілі эволюция байқалған; инвестицияның мазмұнын анықтаушы негізгі сипаттамалары қарастырылған. Зерттеушілердің инвестицияның белгі қасиеттеріне қатысты әр қилы көзқарастарын талдау негізінде аталған категорияның бірқатар маңызды белгілерінің тізімдемесі жүйеленген. Жүйелік тәсіл шегінде инвестициялық процестің, инвестициялық қаражаттар айналымы мен инвестициялық қызметтің мәні қарастырылған.

SUMMARY

On the basis of the study the authors traced the evolution of approaches to the understanding of the term «investment», the essence of investment as an economic category; the main characteristics that determine the content of investment. Based on the analysis of the different viewpoints of researchers regarding the characteristics of the investment systematic list the most important attributes in this category. The essence of the investment process, turnover of investment funds and investment activity is considered within the framework of the system approach.

JEL classification:M21, Business Economics

**MODERN SCIENTIFIC APPROACHES TO UNDERSTANDING THE ESSENCE AND CONCEPTS
OF MARKETING INNOVATIONS**

A.A. Titkov

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Pavlodar State University. S. Toraigyrova,
Pavlodar. Kazakhstan

A.A. Nurgalieva

Candidate of Economic Sciences,
Pavlodar State University. S. Toraigyrova,
Pavlodar. Kazakhstan

M.K. Karimbergenova

Doctor PhD
Pavlodar State University. S. Toraigyrova,
Pavlodar. Kazakhstan

S.K. Kunyazova

Candidate of Economic Sciences
Pavlodar State University. S. Toraigyrova,
Pavlodar. Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – To reveal modern scientific approaches to understanding the essence of marketing innovations and to form actual priorities of their formation and development in business entrepreneurship.

Methodology – The study was conducted using methods of comparison, analogy, analysis and synthesis, abstraction, generalization, systematic approach.

The sources of the research are scientific periodicals, theoretical and analytical articles, works of Kazakh and foreign authors, which consider current and progressive scientific approaches to understanding the essence of marketing innovations, their application.

Originality/value – The authors have considered in detail and disclosed the theoretical foundations and characteristics of the essence of marketing innovations, given their definition, developed a common logic of application in practice in the system of business entrepreneurship, taking into account the leading functions of marketing. For systematic and integrated application of marketing innovations in the practice of industrial and economic activity, a modern classification of them taking into account the world trends of science and practice.

Findings – In order to keep up with the rapidly changing needs of the market and to make maximum use of the opportunities that open up in the external environment, small, medium and large enterprises, businessmen and entrepreneurs, constant systematic and multilevel work is required not only on new products, technologies, but also on the development of complex economic mechanisms of relations between the surrounding world – consumers, partners, competitors. The relevance of this research topic is due to the fact that it is the development and implementation of marketing innovations in market conditions is one of the most important and determining ways to maintain high rates of development and improve the competitiveness of enterprises, firms, companies, brands and brands.

Keywords – *marketing, innovations, marketing innovations, innovative marketing, classification of marketing innovations, innovative sales technologies, business entrepreneurship.*

УДК 338.984

**СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ
И ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ**

А.А. Титков

к.э.н., ассоциированный профессор
Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
г. Павлодар, Республика Казахстан

А.А. Нургалиева

к.э.н.
Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
г. Павлодар, Республика Казахстан

М.К. Каримбергенова

доктор PhD
Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
г. Павлодар, Республика Казахстан

С.К. Куязова

к.э.н., ассоциированный профессор
Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
г. Павлодар, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – Раскрыть современные научные подходы к пониманию сущности маркетинговых инноваций, и сформировать актуальные приоритеты их формирования и развития в бизнес-предпринимательстве.

Методология – Исследование было проведено с использованием методов сравнения, аналогии, анализа и синтеза, абстрагирования, обобщения, системного подхода.

Источниками исследования послужили научно-периодические издания, теоретические и аналитические статьи, труды казахстанских и зарубежных авторов, в которых рассматриваются актуальные и прогрессивные научные подходы к пониманию сущности маркетинговых инноваций, области их применения.

Оригинальность/ценность – Авторами подробно рассмотрены и раскрыты теоретические основы и характеристика сущности маркетинговых инноваций, дано их определение, выработана общая логика их применения на практике в системе бизнес-предпринимательства с учетом ведущих функций маркетинга. Для системного и интегрированного применения маркетинговых инноваций в практике производственно-хозяйственной деятельности, разработана современная их классификация с учетом мировых трендов науки и практики.

Выводы – Для того, чтобы успеть за быстроменяющимися потребностями рынка и максимально использовать открывающиеся во внешней среде возможности, малым, средним и крупным предприятиям, бизнесменам и предпринимателям, требуется постоянная системная и многоуровневая работа не только над новыми продуктами, технологиями, но и над выработкой комплексных экономических механизмов взаимоотношения окружающим миром – потребителями, партнерами, конкурентами. Актуальность данной тематики исследования, обуславливается, тем, что именно разработка и внедрение маркетинговых инноваций в рыночных условиях является одним из важнейших и определяющих способов поддержания высоких темпов развития и повышения конкурентоспособности предприятий, фирм, компаний, торговых марок и брендов.

Ключевые слова – маркетинг, инновации, маркетинговые инновации, инновационный маркетинг, классификация маркетинговых инноваций, инновационные технологии продаж, бизнес-предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

Современные экономические системы, производственно-хозяйственные процессы в бизнесе и предпринимательстве, рынки и потребности общества находятся в постоянной интенсивной динамике, одним из атрибутов которой являются инновации и инновационное развитие.

В условиях развития рыночных отношений инновации и инновационные процессы поэтапно охватывают все стороны организации бизнес-предпринимательства.

В Республике Казахстан, как и в большинстве развитых и развивающихся стран мира в целях инновационного развития разработаны, приняты и реализуются специальные стратегические программы. Между тем, следует отметить, что их реализация, в рамках нескольких стратегических периодов, имела место малоэффективный и весьма посредственный характер. В комплексе инновационная активность казахстанских предприятий, субъектов малого и среднего бизнеса остается на стабильно-низком уровне. По нашему мнению, с позиции причина-следственных связей, низкие тенденции инновационной активности обуславливаются тем, что современные предприятия, бизнес-предприниматели, первостепенное и значительное концентрационное внимание сосредотачивают исключительно на продуктовые инновации, новые производственные технологии. Как показывает практика рыночного хозяйствования, последнего недостаточно, чтобы новшества, инновации, инновационная продукция адекватно и с высокой эффективностью были адаптированы к потребностям различных вариативных групп потребителей.

Для повышения интенсивности и эффективности инновационной деятельности, продуктовые инновации должны дополняться широким спектром взаимосвязанных других видов инноваций, которые могут получать активное развитие в системе производств, бизнес-предпринимательства. В данном аспекте, руководителями предприятий, преуспевающими бизнесменами и предпринимателями, особое внимание должно быть сконцентрировано на совершенствование маркетинговой деятельности. Под воздействием факторов глобальной конкуренции маркетинговая деятельность поэтапно должна трансформироваться в инновационную, а именно должны быть спроектированы и реализованы на практике маркетинговые инновации.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговые инновации в теории предполагают синергию (интеграцию) двух понятий – маркетинг и инновации. Маркетинг – широко известное понятие в современной науке и практике, представляет собой совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации (предприятия, фирмы, компании) [1, 2]. Конечная стратегическая цель маркетинговой деятельности, на основе изучения рыночных тенденций и поведения участников рынка, выработать инструментарий эффективного взаимодействия «продавцов» и «покупателей», как главных субъектов рыночного механизма.

Под инновацией понимается новшество, используемое в системе предпринимательства и бизнес-процессов, ориентированное на достижение эффекта, прибыли [3].

Новшества могут формироваться и быть интегрированы во все процессы производственно-хозяйственной деятельности, от планирования инвестиций, до инновационных методик распределения чистого дохода. Промежуточными областями формирования и применения новшеств, также могут выступать – процессы формирования: основного капитала и оборотных фондов; человеческих ресурсов; эффективных организационно-управленческих систем; процессы аутсорсинга. Важной областью формирования и применения новшеств выступают – процессы исследования рынка и сбытовой процесс. Именно последние формируют маркетинговую деятельность.

С учетом интеграции двух понятий – «маркетинг» и «инновация», можно констатировать, что маркетинговые инновации есть динамичный процесс разработки и применения новшеств в маркетинговой деятельности, что обеспечивает динамичное ее развитие и более ускоренное достижение поставленных целей и задач.

Маркетинговые инновации, по нашему мнению, можно рассматривать и как синоним – инновационный маркетинг. Между тем следует отметить, что данные термины не сопоставимы с термином – маркетинг инноваций. Маркетинг инноваций ориентирован исключительно на продвижение на рынке самих непосредственно инноваций. В современной научной литературе, научных статьях, между данными терминами иногда прослеживается взаимозаменяемость и синергетическое единство.

Под маркетинговыми инновациями подразумевается в совокупности реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, инструментов, охватывающих существенные изменения:

- в дизайне упаковки продуктов;
- в использовании новых методов продаж и презентации продуктов (товаров, услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта;
- в формировании новых ценовых стратегий.

В теории и практике, с учетом мировых трендов конкуренции, маркетинговые инновации направлены и стратегически ориентированы на более полное и комплексное удовлетворение потребностей потребителей открытии новых рынков сбыта, расширении состава потребителей продуктов и услуг с целью повышения объемов продаж [4].

Маркетинговая деятельность базируется на свойственных ей методах (функциях). Констатируя основные методы (функции) маркетинга, по нашему мнению, можно обозначить соответствующие приоритеты, а, следовательно, и области применения маркетинговых инноваций. Основными областями и приоритетами маркетинговых инноваций выступают:

- аналитическая функция маркетинга (аналитический метод);
- производственная функция маркетинга (производственный метод);
- сбытовая функция (сбытовой метод);
- функция управления и контроля (организационный метод и метод контроллинга).

Непосредственно основными атрибутами маркетинговых инноваций выступают:

- инновационные методы проведения рыночных (маркетинговых) исследований;
- инновационные методы производства;
- инновационные технологии сбытовой политики;
- инновационные технологии управления маркетинговой деятельностью и контроля маркетинговых процессов.

Общая логика применения маркетинговых инноваций и их стратегические приоритеты в бизнес-предпринимательстве представлены в соответствии с рисунком 1.

В современной науке и в процессе научных изысканий, в соответствии с обозначенными областями маркетинговой деятельности, рассмотрение маркетинговых инноваций затрагивается учеными-экономистами современниками. В научно-периодических изданиях, научной и учебной литературе выделяют следующие виды маркетинговых инноваций:

- изменения в дизайне товаров и услуг;
- изменения в упаковке;
- реализация новой маркетинговой стратегии;
- применение новых приемов по продвижению товаров;
- использование новых каналов продаж;
- новые концепции презентации товаров;
- использование новых ценовых стратегий.

Инновационный маркетинг, несмотря на свой инновационный статус, в современных рыночных условиях, а также с учетом запросов, нарастающих тенденции конкуренции, постепенно становится одной из концепций стандартного классического маркетинга. Он предполагает то, что организации должны постоянно улучшать не только свои продукты, но и методы, формы продвижения товаров [5].



Рисунок 1 –Общая логика применения маркетинговых инноваций и их приоритеты в бизнес-предпринимательстве

Примечание: составлено авторами

Как мы полагаем и поддерживаем научные взгляды других ученых-исследователей, исходной базовой фундаментальной основой построения инновационного маркетинга выступает его аналитическая функция. Данная функция обуславливает проведение углубленных и всесторонних маркетинговых (рыночных) исследований по следующим направлениям:

- исследование, анализ и оценка нужд (потребностей) реальных и потенциальных потребителей продукции в областях, в рамках которой функционирует предприятие (фирма, компания);
- анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет в среднесрочном периоде функционировать предприятие, включая исследование деятельности конкурентов;
- разработка новых (инновационных) товаров и услуг;
- формирование ассортиментно-номенклатурной политики [1].

Конечным эталонным показателем аналитической функции маркетинга – должны стать новая миссия и видение предпринимательства и бизнес-процессов.

При применении аналитической функции маркетинга, задача субъектов бизнес-предпринимательства выработать или подобрать соответствующие актуальные инновационные методы проведения маркетинговых исследований.

Маркетинговые исследования являются особо-важным инструментом развития бизнеса, позволяющие не только анализировать и сегментировать товарные рынки, изучать спрос на инновационные услуги и товары, но и выявлять точечные конкурентные преимущества товаропроизводителя, принять взвешенные стратегические и тактические управленческие решения о позиционировании товара по видам рынков и временным аспектам [6].

На уровень инновационности маркетинговых исследований, в современных рыночных условиях, в значительной степени оказывают тренды развития информационных, коммуникационных, компьютерных IT-технологий. С учетом последнего, возникли и стали весьма актуальными, такие понятия, как:

- «Интернет-маркетинг»;
- «виртуальный маркетинг»;
- «IT-маркетинг» [6].

С помощью «Интернет-маркетинга», современные предприятия, фирмы и компании могут:

- осуществлять на системном уровне мониторинг рынков;
- анализировать деятельности конкурентов в динамике;
- осуществлять поиск новых клиентов и вариативных партнеров;
- осуществлять динамическую связь с общественностью [6].

С помощью таких исследований, на современных и инновационно-ориентированных предприятиях, сотрудники маркетинговых служб могут быстро скорректировать и изменить существующий ассортимент, скорректировать и изменить диапазон цен на товары и услуги, значительно улучшить процессы интегрирования спотенциальными потребителями, предоставляя им информацию рекламного и разъяснительного характера и, получая от них обратную связь [6].

Совместно с ростом использования глобальной сети «Интернет», в последние два десятилетия были выработаны и внедрены в практику новые подходы к маркетинговым исследованиям. Данные подходы основываются на применении «веб-методов». Основой качественных и количественных инновационных маркетинговых исследований организаций и предприятий являются как традиционные, так и новые методы исследований, в частности:

- «веб-методы» (интернет-опросы, веб-чаты, веб-конференции);
- «социальные сети»;
- «использование смартфонов» [6].

Маркетинговые исследования, опирающиеся на современные и инновационные веб-методы, обеспечивают более быстрый, ускоренный доступ к целевой группе респондентов, а также более широкий ее охват. Помимо этих явных преимуществ, интернет-опросы могут способствовать снижению общих совокупных затрат (издержек) по сравнению с традиционными маркетинговыми подходами к проведению рыночных исследований.

Формат перехода к Интернету, является одним из новшеств, применяемых к целевым фокус-группам. Использование интернет-чатов и интернет-конференций на основе веб-платформ (веб-интерфейсов), позволяет людям в глобальном аспекте, собираться в режиме онлайн без каких-либо транспортных расходов и других материально-технических издержек [6].

В последние 5 – 7 лет для проведения веб-конференций было разработано множество программ, приложений. Как правило, они содержат комплекс инструментов для создания интерактивной среды интернет-общения, который включает в себя чаты, технологии мгновенного обмена сообщениями, видеосвязь посредством веб-камер. Данные инструменты позволяют провести опрос фокус-групп в предельно короткий срок и с наименьшими затратами. С помощью специально разработанных программ интернет-сеансы могут фиксироваться (записываться) для дальнейшего анализа специалистами [6].

С появлением социальных сетей, таких как «Facebook», «Twitter», «LinkedIn», организации, предприятия, фирмы и компании могут мультипликативно распространять маркетинговую информацию и наладить эффективную обратную связь с заинтересованной стороной, а также в реальном режиме времени общаться с потенциальными потребителями напрямую.

В мировой практике, в условиях глобализации рыночного пространства, многие преуспевающие бизнесмены, компании используют социальные сети в качестве источника фундаментально-исходных

данных, это становится все более распространенным явлением. Среди различных новых социальных медиа-инструментов респондентами отмечается – Twitter (88%), YouTube или другие подобные сайты (56%) и Facebook (76%), как наиболее эффективные в общении со потенциальной целевой аудиторией, что отображено в соответствии с рисунком 2.

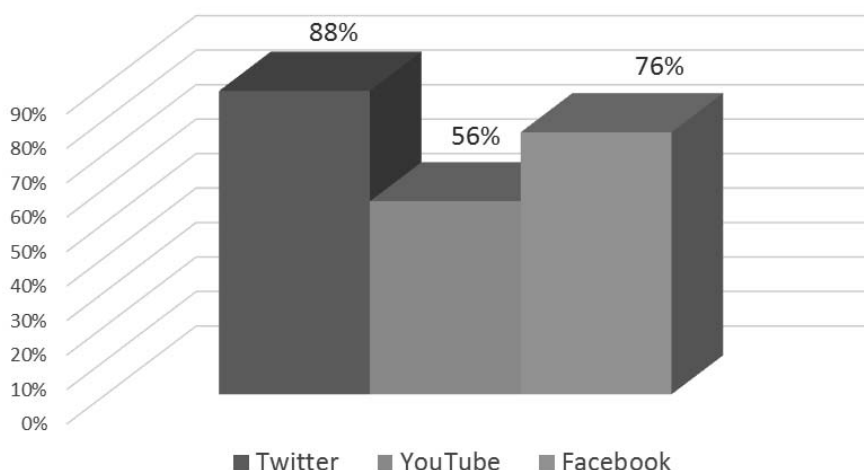


Рисунок 2 – Уровень (степень) использования социальных сетей в системе Интернет-маркетинга
Примечание: составлено авторами по источнику [6]

Используя инструменты мониторинга и кумулятивный аналитический и исследовательский опыт, маркетологи подвергают данные, собранные посредством социальных медиа-инструментов, содержательно-системному анализу [6, 7].

Вышерассмотренные инновационные инструменты маркетинговых исследований могут дополняться дополнительным инновационным инструментарием, например, новая технология с использованием смартфонов.

Использование смартфонов, планшетных компьютеров и других мобильных устройств поддержкой Интернета, а также их наличие у широких масс населения, позволяет предприятиям, фирмам, компаниям сделать свою информацию узнаваемой и оптимально более доступной для пользователей.

Инновационные маркетинговые исследования с использованием «Интернет-платформ» имеют ряд преимуществ. В частности, по нашему мнению, можно отметить следующие:

- невысокие финансовые затраты;
- сокращение времени проведения маркетинговых исследований;
- относительно быстрое получение результатов из изучения малодоступных категорий населения;
- потенциальная возможность использования аудиовизуальных материалов и средств мультимедиа;
- устранение влияния межличностного взаимодействия между маркетологом (интервьюером) и потенциальными потребителями.

Инновационные маркетинговые исследования, проводимые посредством смартфонов, могут быстро, оперативно и интерактивно вовлекать в данные исследования широкие массы населения.

Наравне с достоинствами и преимуществами маркетинговых исследований на основе «Интернет-платформ», актуально обозначить следующие недостатки:

- отсутствие возможности организации, проведения маркетинговых исследований без использования специального технического оборудования, программного обеспечения;
- требуется высокий уровень подготовки и профессионализма модераторов для интервьюирования;
- отслеживание поведения широких масс общественности с применением инструментов стимулирования дискуссионной активности;
- маркетологи, как правило, не в состоянии общаться со всеми респондентами, вовремя реагировать на их обратную связь, эффективно управлять дискуссионным обсуждением [8].

Для обеспечения инновационности маркетинговых исследований, повышения их эффективности, наряду с интернет-маркетингом в теории и практике получает распространение – виртуальный маркетинг.

Виртуальный маркетинг, в системе производственно-хозяйственных процессов, ориентирован на создание автоматизированной (виртуальной) маркетинговой системы предприятия, то есть системы постоянного слежения, хранения и обработки аналитических данных маркетингового назначения [6].

На определенном этапе, результаты маркетинговых исследований интегрируют с производственными процессами, при этом актуальными становятся поиск инновационных возможностей производственного маркетинга.

При реализации производственной функции маркетинга, предприятия должны осуществлять непрерывный поиск актуальных инновационных методов промышленного маркетинга.

Промышленный маркетинг – вид деятельности в области материального производства, который направлен на удовлетворение нужд предприятия, производственно-хозяйственного процесса, в материалах, сырье, комплектующих, а также на повышение эффективности производственной деятельности и сбыта товаров путем исследования и удовлетворения спроса на промышленные услуги и промышленную продукцию [9].

Предмет промышленного маркетинга – взаимоотношения и интеграционное сотрудничество между субъектами рынка, которые возникают на основе их деловой активности:

- технико-экономическое сотрудничество;
- отношения купли-продажи оборудования, технологий, ресурсов;
- финансовые отношения;
- деловые переговоры;
- конкурентные отношения;
- технологические связи.

Объектом промышленного маркетинга выступает – промышленный рынок [9].

В современной теории и практике, по нашему мнению, основными аспектами инновационного промышленного маркетинга могут на эффективном уровне послужить:

- маркетинг инновационных логистических концепций организации производства (например, использование концепции «JustInTime» и системный поиск других);
- маркетинг промышленного аутсорсинга (поиск на рынке и использование услуг операторов производственных процессов).

Основной принцип маркетинга инновационных логистических концепций – осуществить поиск на рынке оптимальных технологий формирования производственных запасов и минимизировать их.

Основной принцип маркетинга промышленного аутсорсинга – поиск и использование внешних ресурсов для решения внутренних задач производства, в случае если это необходимо.

Маркетинг промышленного аутсорсинга позволяет:

- возможность заимствовать чужой опыт и знания (патенты, лицензии, «ноу-хау»). В первую очередь – это доступ к тем ресурсам, которыми само предприятие на данный момент не обладает. Причем ресурсы эти могут быть разные: квалифицированный персонал, оборотные фонды, информация, новые высокопроизводительные технологии;
- освободить ресурсы для разработки стратегии предприятия, тактики продаж и других внутренних проектов. Передав часть своих функций аутсорсеру, компания освобождает HR-ресурсы, которые можно использовать для развития основного бизнеса, что, в свою очередь, ведет к повышению производительности труда. Последние аспекты затрагивают как технический персонал, так и управленческий, который может полностью сосредоточиться на основных бизнес-процессах;
- снизить расходы производства до высокого оптимального уровня. Один из способов сократить расходы – передать часть непрофильных обязанностей компании-аутсорсеру. Это могут быть ремонтные работы, техническое обслуживание зданий, изготовление простейших заготовок и другие вспомогательные службы;

– вариативный поиск оптимизации эффективного использования собственных производственных мощностей. Помимо всего прочего, промышленный аутсорсинг применяется для подстраховки собственных производственных мощностей предприятия в случае поломки оборудования, а также при резком увеличении объемов и скорости производства. Особенно актуальным может быть привлечение аутсорсера для сезонных бизнес-проектов [10].

В сфере сбытовой функции, можно обозначить следующие инновационные аспекты маркетинга:

– мерчандайзинг (использование методов статистики в работе сбытовых систем; использование специальных датчиков для отслеживания движения покупателей);

- аромомаркетинг;
- дизайн упаковки;
- рекламные акции;
- использование дисконтных и накопительных карт;
- системы самообслуживания (системы потребительского доверия);
- создание интернет-магазинов.

В мировой практике и в определенной степени в казахстанской практике, наиболее широко и эффективно себя зарекомендовали следующие технологии:

- мерчандайзинг и дисконтные программы;
- электронные системы самообслуживания;
- бонусные карты;
- купоны;
- электронные интернет-магазины.

Мерчандайзинг – уникальная разработка, позволяющая увеличить объемы продаж без значительных инвестиционно-финансовых затрат. Результат достигается специально логической систематизацией, распределением продукции по товарным и ценовым категориям в пределах площадей торговых центров [11].

Наряду с методами внедрения мерчандайзинга, в современных бизнес-процессах должны вводиться системы анализа и учета входящих данных, позволяющие получать статистическую информацию о различных сторонах работы торговой системы.

Чаще всего, в системе мерчандайзинга анализу подвергают:

- главный логистический путь движения покупателя по магазину (торговым площадям);
- продолжительность остановок потребителя у конкретных товарных стеллажей;
- эффективность рекламных методов и многое другое [11].

В обособленном формате от других инновационных инструментов Мерчандайзинг, в отдельности, работает малоэффективно. Прикладной эффект мерчандайзинга может усилен такими инновационными инструментами, как:

- аромомаркетинг;
- креативное рекламное продвижение;
- нестандартный креативный дизайн упаковки и рекламные акции;
- брендирование [11].

При разработке дизайна упаковки, инновационными трендами выступают:

- упрощенный и минималистичный дизайн;
- использование больших шрифтов;
- ориентир на ностальгию и воспоминания;
- упаковка из отходов и переработанных материалов;
- мягкие цвета в дизайне [12].

При создании брендов и брендировании продукции, товаров, услуг, инновационными атрибутами выступают:

- акцент на формирование образа и имиджа;
- усиление репутации компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнеров, общественности [13].

Аромамаркетинг достаточно широко применяется для продуктов питания (например – реализация хлебобулочных изделий). Также аромамаркетинг широко применяется в системе функционирования крупных супермаркетов, гипермаркетов.

Не менее эффективный метод повышения продаж является использование дисконтных и накопительных карт, сложная система расчетов и небольшие потери продавца очень быстро компенсируются повышенным спросом [11].

Использование накопительных карт свойственно больше европейским странам, так как имеющиеся бонусные системы и скидки действительно работают, покупателям легко оценить уровень цен до и после [11].

Инновационным вариантом использования современных технологий в продажах можно считать системы самообслуживания, позволяющие совершать покупки с минимальным участием сотрудников магазина, весь процесс от взвешивания до оплаты происходит в автоматическом режиме, без участия сотрудников магазина, торгового центра.

С научной точки зрения, следует отметить и акцентировать внимание на то, что, в Республике Казахстан, данные системы только проходят апробацию и вызывают больше вопросов, чем решают проблемы сбытовой деятельности и ее активности. Тем не менее, с другой стороны, предоставляемый лимит доверия магазина к покупателю позволяет заручиться его поддержкой на несколько лет. Для списания средств со счета после покупки предлагаются различные вариативные современные инновационные инструменты – пластиковая карта, мобильный телефон или чипы [11].

Среди всех современных инновационных технологий продаж отдельно стоит выделить динамичное и многофакторное развитие «интернет-магазинов».

«Интернет-магазин» (от английского – «onlineshop» или «e-shop») – интернет-сайт, в рамках которого реализуются товары посредством глобальной сети Интернет. «Интернет-магазин» позволяет пользователям онлайн, в своем браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ. При этом продажа товаров осуществляется дистанционным способом, и она накладывает ограничения на продаваемые товары. Так, в некоторых европейских странах имеется запрет на интернет-продажи отдельных видов товаров (алкогольные напитки, оружие, ювелирные изделия, лекарственные препараты) [14].

Современные бизнесмены-предприниматели стремятся разрабатывать и применять на практике «интернет-магазины» не только потому, что они имеют наименьшие издержки по функционированию, но также потому, что они предлагают доступ к мировому рынку, становятся доступными для глобального рыночного пространства.

В процессе разработки «Интернет-магазинов» должны учитываться следующие его атрибуты:

- удобство и комфорт;
- уникальный привлекающий дизайн;
- интуитивно понятный и потенциально хороший уровень ориентации по основным разделам и подразделам для всех типов потребителей;
- быстрый и оперативный;
- корректная работа интернет-магазина на всех видах компьютерах всех брендов, мобильных устройств, интернет-браузеров [14].

Определенные инновационные аспекты могут использоваться непосредственно в управлении самой маркетинговой деятельностью. Ведущими инновационными атрибутами в данном аспекте выступают:

- применение инновационных организационно-управленческих структур в работе служб маркетинга (матричные, дивизионные, горизонтальные);
- маркетинговый аутсорсинг.

Аутсорсинг маркетинга состоит в передаче функций маркетинга специализированной консалтинговой компании, которая способствует их реализации в соответствии с запросами клиента.

Рост интереса к аутсорсингу маркетинга обусловлен усилением конкурентной борьбы за сферы влияния и рынки сбыта, а также стремлениями компании достичь своих стратегических приоритетов с

максимальной эффективностью. При этом острый дефицит на рынке труда высококвалифицированных специалистов – маркетологов любого уровня побуждает компанию обращаться к услугам консалтинговых фирм.

При определении направлений маркетинговой работы, передаваемых на аутсорсинг, исходят из специфики работы компании, ее стратегических целей и задач, степени укомплектованности штата предприятия квалифицированными специалистами в области маркетинга.

К числу задач, зачастую передаваемых внешним исполнителям, относят:

- проведение анализа внутренней среды организации с целью получения ее объективной оценки (анализ эффективности программы продвижения или же системы управления каналами сбыта);
- реализация единовременных (разовых) проектов, направленных на решение конкретных задач (например, исследование потребительских предпочтений, состояния и динамики рыночного спроса, деятельности конкурентов);
- осуществление проектов, позволяющих минимизировать расходы организации;
- проведение мероприятий, которые организация не способна успешно реализовать самостоятельно ввиду отсутствия профессионализма и необходимых навыков у персонала (PR-акций, рекламных кампаний) [14].

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

Проведенные теоретическо-методологические исследования позволяют сформировать общее системное видение всего потенциально-возможного комплекса маркетинговых инноваций. В общем виде современная классификация маркетинговых инноваций представлена в соответствии с рисунком 3.



Рисунок 3 – Классификация маркетинговых инноваций

Примечание: составлено авторами

В заключении необходимо выделить значимость маркетинга для успешного функционирования и развития инновационного рынка, та как именно разработка и внедрение маркетинговых инноваций в рыночных условиях – на сегодняшний день это единственный способ повышения своей конкурентоспособности и поддержания высоких темпов развития организаций и их торговых марок. Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение нужд потребителей, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж, что является залогом успешного развития организации.

Современная острая конкуренция на большинстве потребительских рынков Республики Казахстан, растущая потребность и требовательность потребителя заставляют производителей искать новые подходы к укреплению своих конкурентных позиций на рынке. Если ранее традиционным инструментарием конкурентной борьбы были обычные стандартизированные инструменты маркетинга, то сегодня они становятся не эффективными и требуют значительного инновационного реформирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Маркетинг. Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг>
- 2 Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. - 14-е изд. - СПб.: Питер, 2014. - С. 22. - 800 с.
- 3 Инновация. Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инновация>
- 4 Маркетинговые инновации. Электронный ресурс: https://official.academic.ru/11537/Маркетинговые_инновации
- 5 Кычкина Д.И. Маркетинговые инновации как фактор устойчивого развития организаций / Д.И. Кычкина, О.П. Хандакова // Новое слово в науке: стратегии развития : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 22 окт. 2017 г.). В 2 т. Т. 2 / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 98-102.
- 6 Русинович О. В., Шевченко М. А. Инновационные методы в маркетинговых исследованиях // Экономическая наука и практика: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. – С. 98-100.
- 7 A Guide to Developing Marketing Research for Highway Innovations / Kathleen Bergeron, Alisa Kinsaul, Mia Zmud, and Jagannath Mallela. - Federal Highway Administration Highways for LIFE Center for Accelerating Innovation, 2013. - 64p.
- 8 Инновационные подходы в маркетинговых исследованиях рынка. Электронный ресурс: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2269.htm>
- 9 Промышленный маркетинг. Энциклопедия производственного менеджмента. Электронный ресурс: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/industrial-marketing.html>
- 10 Современный промышленный аутсорсинг - в ногу со временем. Электронный ресурс: <https://finval.ru/about/articles/sovremennyu-promyshlennyy-autsorsing-v-nogu-so-vremenem/>
- 11 Современные техники продаж. Электронный ресурс: <http://memosales.ru/upravlenie/sovremennye-tehniki-prodazh>
- 12 Слепцов Д. Тренды дизайна упаковки 2018. Электронный ресурс: <https://www.worldinpack.com/design/trendy-upakovki-2018/>
- 13 Бренд. Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд>
- 14 Интернет-магазин. Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-магазин>
- 15 Аутсорсинг маркетинга. Электронный ресурс: <http://biznec-info.ru/chto-takoe-aytsorsing-marketinga.php>

REFERENCES

- 1 Marketing. Elektronnyy resurs: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Marketing>
- 2 Kotler F., Keller K.L. Marketing menedzhment. - 14-e izd. - SPb.: Piter, 2014. - S. 22. - 800 s.
- 3 Innovatsiya. Elektronnyy resurs: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Innovatsiya>
- 4 Marketingovyie innovatsii. Elektronnyy resurs: https://official.academic.ru/11537/Marketingovyie_innovatsii
- 5 Kyichkina D.I. Marketingovyie innovatsii kak faktor ustoychivogo razvitiya organizatsiy / D.I. Kyichkina, O.P. Handakova // Novoe slovo v nauke: strategii razvitiya : materialy II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Cheboksary, 22 okt. 2017 g.). V 2 t. T. 2 / redkol.: O.N. Shirokov [i dr.] – Cheboksary: CNS «Interaktiv plus», 2017. – S. 98-102.

kina, O.P. Handakova // Novoeslovo v nauke: strategiirazvitiya :materialyi II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Cheboksaryi, 22 okt. 2017 g.). V 2 t. T. 2 / redkol.: O.N. Shirokov [i dr.] – Cheboksaryi: TsNS «Interaktiv-plyus», 2017. – S. 98-102.

6 Rusinovich O. V., Shevchenko M. A. Innovatsionnyemetodyi v marketingovyihissledovaniyah // Ekonomicheskayanaukaipraktika: materialyi III Mezhdunar. nauch. konf. (g. Chita, aprel 2014 g.). –Chita: IzdatelstvoMolodoyuchenyiy, 2014. –S. 98-100.

7 A Guide to Developing Marketing Research for Highway Innovations / Kathleen Bergeron, Alisa Kinsaul, Mia Zmud, and Jagannath Mallela. - Federal Highway Administration Highways for LIFE Center for Accelerating Innovation, 2013. - 64p.

8 Innovatsionnyepodhodyi v marketingovyihissledovaniyahryinka. Elektronnyyresurs: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2269.htm>

9 Promyshlennyiy marketing. Entsiklopediyaproduktivnostivnomenozhmenta. Elektronnyyresurs: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/industrial-marketing.html>

10 Sovremennyipromyshlennyiyautsorsing - v nogu so vremenem. Elektronnyyresurs: <https://finval.ru/about/articles/sovremenny-promyshlenny-autsorsing-v-nogu-so-vremenem/>

11 Sovremennyye tehnikiprodazh. Elektronnyyresurs: <http://memosales.ru/upravlenie/sovremennyye-texniki-prodazh>

12 Sleptsov D. Trendyidizaynapakovki 2018. Elektronnyyresurs: <https://www.worldinpack.com/design/trendy-upakovki-2018/>

13 Brend. Elektronnyyresurs: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Brend>

14 Internet-magazin. Elektronnyyresurs: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Internet-magazin>

15 Outsourcingmarketinga. Elektronnyyresurs: <http://biznec-info.ru/chto-takoe-aytsorsing-marketinga.php>

ТҮЙІН

Мақалада автор әрбір ұйымның үздіксіз, міндетті дамуына ықпал ететін қызметінің ең маңызды бөлігін - маркетингті жүргізу және инновацияларды әзірлеу қарастырады. Тақырыптың өзектілігі нарық жағдайында маркетингтік жаңалықтарды әзірлеу және енгізу ұйымдардың және олардың сауда маркаларының жоғары даму қарқынын қолдаудың және бәсекеге қабілеттілігін арттырудың бірден-бір тәсілі болып табылатындығымен негізделеді.

SUMMARY

In the article the author considers the most important part of the activities of each organization, contributing to its continuous, mandatory development - marketing and innovation. The relevance of this research topic is due to the fact that it is the development and implementation of marketing innovations in market conditions is the only way to maintain high rates of development and improve the competitiveness of organizations and their brands.

МРПТИ 021
УДК 338; 334.021.1

TIME SERIES IN FORECASTING THE VOLUMES OF INVESTMENTS

S. K. Burgumbayeva

PhD, associate Professor of Higher mathematics»
Eurasian National University named after L. N. Gumilev.
Astana, Kazakhstan

A. S. Iskakova

Candidate of physical and mathematical Sciences, associate Professor of " Fundamental mathematics»
Eurasian National University named after L. N. Gumilev.
Astana, Kazakhstan

D. G. Dzhumabaev

Candidate of physical and mathematical Sciences, associate Professor of Higher mathematics»
Eurasian National University named after L. N. Gumilev.
Astana, Kazakhstan

A. M. Batyrbekova

Candidate of economic Sciences, associate Professor of " Management»
Eurasian National University named after L. N. Gumilev.
Astana, Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the work is to develop decision-making models for the investment management of the land reclamation system, which, based on the analysis of statistical data, will allow making forecasts and recommendations. That is, the purpose of the work is to present a mathematical model of a time series for predicting the volume of investments in land reclamation in Kazakhstan.

Methodology is methods for analyzing Republic are analyzed from the point of view of justifying the time series, namely, spectral, regression and correlation analysis, models of the moving average and autoregression.

Originality / value are the proposed model effectively takes into account the mutual influence of the elements of the dynamic range of small agricultural formations affecting the increase in competitiveness, that is, the influence of different economic parameters on each other while they are simultaneously manifested. In this case, the predictive operator is actually trained on the statistical material of the past.

Conclusions - on the basis of the prognostic information obtained, investments in the land reclamation of the Republic will be able to increase the validity, objectivity and efficiency of decision making in business processes related to contracting and planning in forecasting the volumes of the agro-industrial complex of Kazakhstan, as well as using the Republic's agricultural resources most effectively.

Keywords: forecasting, additive model, multiplicative model, investment, land reclamation.

ВРЕМЕННЫЕ РЯДЫ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ ОБЪЕМОВ ИНВЕСТИЦИЙ В СИСТЕМУ МЕЛИОРАЦИИ КАЗАХСТАНА

С.К. Бургумбаева

PhD, доцент кафедры «Высшая математика»
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
г.Астана, Казахстан

А.С. Искакова

Кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Фундаментальная математика»
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
г.Астана, Казахстан

Д.Г. Джумабаева

Кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Высшая математика»
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
г.Астана, Казахстан

А.М. Бакирбекова

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент»
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
г.Астана, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – разработка моделей принятия решений управления инвестициями системы мелиорации, которая на основе анализа статистических данных позволит делать прогнозы и рекомендации. То есть целью работы является представление математической модели временного ряда прогнозирования объемов инвестиций мелиорации Казахстана.

Методология – методы анализа временных рядов, а именно, спектральный, регрессионный и корреляционный анализ, модели скользящей средней и авторегрессии.

Оригинальность / ценность – предлагаемая модель эффективно учитывает взаимное влияние элементов динамического ряда влияющих на повышение конкурентоспособности мелких сельхозформирований, то есть влияние друг на друга различных экономических параметров при их одновременном проявлении. При этом прогнозирующий оператор фактически обучается на статистическом материале прошлого.

Выводы – на основе полученной прогностической информации инвестиции в мелиорацию Республики сможет повысить обоснованность, объективность и эффективность принятия решений в бизнес-процессах, связанных с заключением контрактов и планированием в прогнозировании объемов АПК Казахстана, а также наиболее эффективно использовать сельхозресурсы Республики.

Ключевые слова: прогнозирование, аддитивная модель, мультипликативная модель, инвестиции, мелиорация.

ВВЕДЕНИЕ

Системы мелиорации во всем мире является одним из надежных индикаторов конкурентоспособности сельхозформирований [1]. К тому же, в виду того, что на территории Казахстана преобладает сухой резко-континентальный климат [2], то основным фактором, влияющих на конкурентоспособность мелких сельхозформирования АПК республики, является внедрение оросительной системы в соответствии с инновационными смарт-технологиями [3]. Поэтому наличие эффективной системы орошения – необходимое условие экономического роста АПК. А для постоянной готовности инфраструктуры, важно определить зависимость будущего значения от прошлого значения внутри самого процесса, и на основании этой зависимости составить прогноз его будущего значения, формирующихся в результате их совмещения и выравнивания.

Ключевая задача мелких сельхозформирований АПК состоит в предварительной оценке и дальнейшем качественном прогнозе объема инвестиций в систему мелиорации. Заранее спланированный объем инвестиций позволяет рационально распределить ресурсы АПК.

Прогнозирование объема инвестиций – неотъемлемая часть процесса принятия решений; это систематическая проверка ресурсов АПК, позволяющая более полно использовать ее преимущества и своевременно выявлять потенциальные угрозы. Мелкие сельхозформирования должны постоянно следить за динамикой развития инновационных оросительных технологий и альтернативными возможностями развития АПК с тем, чтобы наилучшим образом распределять имеющиеся ресурсы и выбирать наиболее целесообразные направления своей деятельности.

Целью работы является разработка моделей принятия решений управления инвестициями системы мелиорации, которая на основе анализа статистических данных позволит делать прогнозы и рекомендации.

Модели временных рядов — это такие математические модели прогнозирования, которые стремятся определить зависимость будущего значения от прошлого значения внутри самого процесса, и на основании этой зависимости составить прогноз его будущего значения.

Основной задачей при построении экономических временных рядов считается выявление и статистическая оценка основной тенденции развития изучаемого процесса и отклонений от нее.

Самыми распространенными методами анализа временных рядов следует признать спектральный, регрессионный и корреляционный анализ, модели скользящей средней и авторегрессии.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Имеются данные о использовании пресной воды в целях сельскохозяйственной ирригации за 2000-2017 г [4].

Таблица 1.

Год	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Использование пресной воды в целях сельскохозяйственной ирригации, мил. куб. м.	6290	7600	7033	7750	8551	8167

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Использование пресной воды в целях сельскохозяйственной ирригации, мил. куб. м.	8535	8665	8163	8893	9050	9066

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Использование пресной воды в целях сельскохозяйственной ирригации, мил. куб. м.	8840	9486	9485	9828	9019	9511

С использованием этих статистических данных построим аддитивную и мультипликативную модели временного ряда.

Аддитивная модель

Приступим к построению аддитивной модели, которая имеет вид [5-9]

$$Y = T + S + E \quad (1)$$

Здесь каждый уровень временного ряда представляет собой сумму трендовой (Т), сезонной (S) и случайной (Е) компонент.

1. Произведем выравнивание исходных уровней ряда с помощью метода скользящей средней. Для этих целей:

1.1. Определим скользящие средние. Найденные таким образом выровненные значения теперь не содержат сезонную составляющую.

1.2. Определим средние значения из двух последовательных скользящих средних – центрированные скользящие средние, а затем приведем эти значения в соответствие с фактическими моментами времени. Срок сезонного периода определим в 6 месяцев, усреднение произведем по четырем месяцам.

2. Используя разность между фактическими уровнями ряда и центрированными скользящими средними, определим оценки сезонной составляющей и затем применим эти оценки в расчете значений сезонной составляющей S . С этой целью рассчитаем средние за каждый период оценки сезонной компоненты S_i (таблица 2). Предполагается, что в моделях с сезонной компонентой в основном, взаимопогашаются сезонные воздействия за период. Это выражается в том, что в аддитивной модели сумма значений компонентов по всем периодам равна нулю.

Таблица 2. Данные по компоненте

Показатели	1	2	3	4	5	6
1	-	-	-14,67	-78,67	-81,83	27,83
2	102,5	160,5	-91,5	-13,5	26	18,5
3	1,833	-61,33	0,5	-52,67	-78,83	-13
4	88	120,5	-22,67	-	-	-
Всего за период	192,33	219,67	-128,33	-144,83	-134,67	33,33
Средняя оценка сезонной составляющей	64,11	73,22	-32,08	-48,28	-44,89	11,11
Скорректированная сезонная составляющая S_i	60,25	69,36	-35,95	-52,14	-48,76	7,25

В итоге в данной модели получаем:

$$64,111+73,222-32,083-48,278-44,889+11,111=23,194$$

Корректирующий коэффициент составил: $k=23,194/6=3,866$

Определяем скорректированные значения сезонной компоненты S_i и также вносим полученные данные в таблицу.

3. Далее исключаем влияние сезонной составляющей посредством вычитания ее значения из каждого уровня исходного временного ряда. Найдем величины $T + S = Y - E$. Данные значения определяются за каждый момент времени и включают в себя тенденцию и случайную составляющую.

4. Рассчитываем компоненту T данной модели, для чего необходимо провести аналитическое выравнивание ряда $(T + E)$ с использованием линейного тренда. Получаем следующие результаты аналитического выравнивания:

$$T = 442,55 + 4,303t \quad (2)$$

5. Находим значения уровней ряда, полученных по аддитивной модели. Для этого прибавим к уровням T значения сезонной компоненты для соответствующих кварталов.

Средняя ошибка аппроксимации составила $\bar{A} = 13,799\%$. Поскольку $A < 20\%$, и таким образом модель считается подобранной с хорошей точностью. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,69$.

Следовательно, можно сказать, что аддитивная модель объясняет 69% общей вариации уровней временного ряда. $F_{набл} = 6,05$, что говорит о статистической значимости уравнения.

6. Теперь произведем прогнозирование по полученной модели. Прогнозное значение Y_t уровня временного ряда в аддитивной модели есть сумма трендовой и сезонной составляющих. Воспользуемся уравнением тренда для определения трендовой компоненты: $T = 442,55 + 4,303t$.

Прогноз на первый период составит: $T_{25} = 442,55 + 4,303 \cdot 25 = 550,117$. Значение сезонной составляющей за этот же период равен: $S_1 = 60,245$.

Таким образом, $Y_{25} = T_{25} + S_1 = 550,117 + 60,245 = 610,362$. Данное значение позволит запланировать инвестиций на мелиорацию.

Теперь прогноз на второй период: $T_{26} = 442,55 + 4,303 \cdot 26 = 554,419$. Значение сезонной составляющей за этот же период равен: $S_2 = 69,36$.

Таким образом, $Y_{26} = T_{26} + S_2 = 550,117 + 69,36 = 619,477$. Данное значение позволит запланировать инвестиций на мелиорацию.

Мультипликативная модель

Теперь приступим к построению мультипликативной модели, которая имеет вид [10-16]

$$Y = T \cdot S \cdot E \quad (3)$$

Согласно этой модели, каждый уровень временного ряда представлен как произведение трендовой (T), сезонной (S) и случайной (E) компонент.

1. Методом скользящей средней проведем выравнивание исходных уровней ряда для чего:

1.1. Определим скользящие средние. Из рассчитанных выровненных значений теперь исключена сезонная компонента.

1.2. В соответствие с фактическими моментами времени приведем эти значения. Для этой цели определим средние значения из двух последовательных скользящих средних, так называемые центрированные скользящие средние.

2. Оценки сезонной компоненты определяются как частное от деления фактических уровней ряда на центрированные скользящие средние. При расчете сезонной компоненты S используются именно эти оценки. Для этой цели определим средние за каждый период оценки сезонной составляющей S_i (таблица 3). Сезонные воздействия за период обязательно взаимопогашаются. Это выражено в том, что в мультипликативной модели сумма значений сезонной компоненты по всем кварталам равняется числу периодов в цикле. В нашем случае число периодов одного цикла равно 6.

Таблица 3

Показатели	1	2	3	4	5	6
1	-	-	-	0,88	0,9	1,06
2	1,2	1,29	0,82	0,94	0,99	1,04
3	0,99	0,85	1,01	0,92	0,89	0,99
4	1,17	1,22	0,95	-	-	-
Всего за период	3,36	3,36	2,79	2,74	2,79	3,08
Средняя оценка сезонной компоненты	1,12	1,12	0,93	0,91	0,93	1,03
Скорректированная сезонная компонента, S_1	1,11	1,11	0,92	0,91	0,92	1,02

Для нашей модели имеем: $1,12 + 1,119 + 0,929 + 0,913 + 0,93 + 1,028 = 6,038$. Корректирующий коэффициент: $k = 6/6,038 = 0,994$.

Теперь рассчитаем скорректированные значения сезонной компоненты S_i и внесем данные в таблицу.

3. Каждый уровень исходного ряда разделим на соответствующие значения сезонной составляющей. В результате получим величины $T \cdot E = Y / S$, которые содержат только тенденцию и случайную составляющую.

4. Рассчитываем компоненту T нашей модели. Для этого с помощью линейного тренда проведем аналитическое выравнивание ряда $(T + E)$. Результаты аналитического выравнивания принимают вид:

$$T = 448.172 + 3.916t \quad (4)$$

Подставляя в это уравнение значения $t = 1, \dots, 24$, найдем уровни T для каждого момента времени.

5. Умножив значения T на соответствующие значения сезонной компоненты, найдем уровни ряда.

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,71$. Таким образом, можно сказать, что мультипликативная модель объясняет 71% общей вариации уровней временного ряда. $F_{набл} = 5,76$, что говорит о статистической значимости уравнения.

6. Проведем прогнозирование по построенной мультипликативной модели. Прогнозное значение F_t уровня временного ряда в мультипликативной модели рассчитывается как произведение трендовой и сезонной составляющих.

Для определения трендовой компоненты воспользуемся уравнением тренда (4).

Прогноз на 1 период:

$T_{25} = 448,172 + 3,916 \cdot 25 = 546,073$. Значение сезонной составляющей за соответствующий период равно: $S_1 = 1,113$. Таким образом, $F_{25} = T_{25} \cdot S_1 = 546,073 \cdot 1,113 = 607,905$. Данное значение позволит запланировать инвестиций на мелиорацию.

Прогноз на 2 период: $T_{26} = 448,172 + 3,916 \cdot 26 = 549,989$. Значение сезонного компонента за соответствующий период равно: $S_2 = 1,112$. Таким образом, $F_{26} = T_{26} \cdot S_2 = 549,989 \cdot 1,112 = 611,419$. Данное значение позволит запланировать инвестиций на мелиорацию.

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

В статье разработаны и адаптированы математические методы и алгоритмы прогнозирования временных рядов с учетом специфики задач, решаемых в интересах инвестиций на мелиорацию, и создание системы прогнозирования объемов оросительных систем. На основе полученной прогностической информации инвестиции в мелиорацию Республики сможет повысить обоснованность, объективность и эффективность принятия решений в бизнес-процессах, связанных с заключением контрактов и планированием в прогнозировании объемов АПК Казахстана, а также наиболее эффективно использовать сельхозресурсы Республики.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта AP05135819 МОН РК.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Шейнин Л. Об эффективности земельно-мелиоративных преобразований //Общество и экономика. – 2010. – №. 10-11. – С. 200-210.
- 2 Сенникова М. Н., Омарова Г. Е. Обеспечение продовольственной безопасности Казахстана путем интегрированного управления водными ресурсами //Проблемы постсоветского пространства. – 2018. – Т. 5. – №. 3. – С. 268-283.
- 3 Мустафаев Ж. С., Есполов Т. И., Козыкеева А. Т. Проблемы и пути решения мелиорации сельскохозяйственных земель в Казахстане //Мелиорация и водное хозяйство: проблемы и пути решения. – 2016. – С. 339-344.

- 4 http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/ecolog-C-8?_afLoop=5903019947150759_#%40%3F_afLoop%3D5903019947150759%26_adf.ctrl-state%3D50vbqg8ty_111
- 5 Носков В.П. Эконометрика: Книги 1 и 2. - М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2011. Кн.1-672 с., Кн. 2 - 576 с.
- 6 Дрейпер И., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ: Пер. с англ. — Кн. 1, 2. — М.: Финансы и статистика, 1987.
- 7 Ферстер Э., Ренц Б. Методы корреляционного и регрессионного анализа: Пер. с нем. — М.: Финансы и статистика, 1982.
- 8 Лоскутов А.Ю. Михайлов А.С., «Остовы теории сложных систем – Москва, Регулярная и хаотичная динамика», 2007.
- 9 А.А. Самарский, А.П. Михайлов, «Математическое моделирование», 2002.
- 10 Iskakova A.S., Burgumbayeva S.K., Dzhumabayeva D.G., Zhumadilov M.T. Model of quadratic programming of economic factors affecting the competitiveness of small-scale agricultural enterprises//Central Asian Economic Review (CAER), №4 (122), 2018, С.10-16.
- 11 Ayman, Iskakova. "Statistical Research for Probabilistic Model of Distortions of Remote Sensing." Journal of Physics: Conference Series. Vol. 738. No. 1. IOP Publishing, 2016.
- 12 Ayman, Iskakova. "Construction of the most suitable unbiased estimate distortions of radiation processes from remote sensing data." Journal of Physics: Conference Series. Vol. 490. No. 1. IOP Publishing, 2014.
- 13 Iskakova A., Zhaxybayeva G. Maximum likelihood estimates of some probability model of discrete distributions. – 2018.
- 14 Burgumbaeva S. A tri-harmonic Neumann function for the unit disc //AIP Conference Proceedings. – AIP Publishing, 2018. – Т. 1997. – №. 1.
- 15 Sánchez-Prieto J. et al. Control of blood pressure by using an intelligent telephone application with feedback and competitiveness strategy. HTApp Control project //Semergen. – 2018. – Т. 44. – №. 1. – С. 30-36.
- 16 Bernal-Conesa J. A., de Nieves Nieto C., Briones-Peñalver A. J. CSR strategy in technology companies: its influence on performance, competitiveness and sustainability //Corporate Social Responsibility and Environmental Management. – 2017. – Т. 24. – №. 2. – С. 96-107.

SUMMARY

Исследования в области экономики и менеджмента, посвященные анализу влияния различных факторов на конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства, являются актуальными. В статье рассматривается модель квадратического программирования, позволяющая анализировать влияние экономических факторов на конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства. В качестве исходных данных используются данные, полученные в результате статистического исследования. В результате исследования получены оценки параметров модели, позволяющие анализировать влияние экономических факторов на конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства.

ТУЙН

Математическое моделирование является одним из основных методов исследования в области экономики и менеджмента. В данной статье рассматривается модель квадратического программирования, позволяющая анализировать влияние экономических факторов на конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства. В качестве исходных данных используются данные, полученные в результате статистического исследования. В результате исследования получены оценки параметров модели, позволяющие анализировать влияние экономических факторов на конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства.

Central Asian Economic Review №1 (124) 2019 ж.

Жазылатын индекс / – 74002

Редакторлары / Редакторы – ***А.Ж. Сарсембаева***

Компьютерде беттеген: – ***М.С. Нусупалиева***.

Басуға / Подписано к печати 25.02.2019.

Пішімі / Формат 70×100^{1/8}.

Көлемі 20,5 б.т. / Шартты 19,0 б.т. Есептік 15,6 б.т.

Таралымы / Тираж 300 дана /экз.

«Фортуна полиграф» баспасы» / ТОО «Издательство «Фортуна полиграф»
050063, Алматы қаласы, 1-ықшам ауданы, 81-үй / 050063, г. Алматы, 1-й микрорайон, д. 81.

Fpolygraf@bk.ru

Тел: +7 701 787 32 92, +7 771 574 57 05,
+7 701 940 76 86