



* 2 2 3 8 8 1 *



* 2 2 4 0 0 5 *



* 2 2 4 0 7 6 *



* 2 2 4 1 3 5 *



* 2 2 4 1 7 5 *



* 2 2 4 2 2 0 *



* 2 2 3 6 2 9 *



* 2 2 4 1 2 9 *



* 2 2 3 7 3 3 *



* 2 2 4 1 7 0 *

MATERIÁLY
XIII MEZINÁRODNÍ VĚDECKO - PRAKTICKÁ
KONFERENCE

«DNY VĚDY - 2017»

22 - 30 března 2017 г.

Volume 1
Ekonomika

Praha
Publishing House «Education and Science»
2017

Vydáno Publishing House «Education and Science»,
Frýdlanská 15/1314, Praha 8
Spolu s DSP SHID, Berdianskaja 61 Б, Dnepropetrovsk

Materiály
XIII Mezinárodní vědecko - praktická konference
«Dny vědy - 2017», Volume 1 : Ekonomika . Praha. Publishing House
«Education and Science» -104 s.

Šéfredaktor: Prof. JUDr Zdenák Černák

Náměstek hlavního redaktora: Mgr. Alena Pelicánová

Zodpovědný za vydání: Mgr. Jana Štefko

Manažer: Mgr. Helena Žáková

Technický pracovník: Bc. Kateřina Zahradníčková

**Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická konference ,
«Dny vědy - 2017», 22 - 30 března 2017 r. on Ekonomika .**

Pro studentů, aspirantů a vědeckých pracovníků

Cena 50 Kč

ISBN 978-966-8736-05-6

© Authors , 2017

© Publishing House «Education and Science», 2017



Мальшев А.А., Патанина М.И. РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЯХ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ ГОРОДА ПЕНЗА..	73
Залесский Б.Л. ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В БЕЛАРУСИ	77

Účetnictví a audit

Zhumaliyeva L.T., Bekzhanova T.K. DEVELOPMENT OF AUDIT ACTIVITY IN KAZAKHSTAN.....	80
Байдаирова К.Б. ,Абжанова Д.Т. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	83

Průmyslová ekonomika

Алходжаева Г.А, Шалболова У.Ж. «ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА И ЕЕ БУДУЩЕЕ	89
Курманалина А.А., Ахмедова О. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ СВЯЗИ	95
CONTENTS	100

EKONOMIKA

Banky a bankovní systém

Искакова М.С.,Ахунова Д.З.

*Семей қаласындағы Шәкәрім атындағы мемлекеттік университет,
Қазақстан*

БАНК ЗАЙМДАРЫНЫҢ ЕСЕБІ

Қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді несиелерді беру Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкісі бекіткен «Қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді несиелендіруді ұйымдастыру ережелеріне» сәйкес жүргізіледі. Несие беру және оның операцияларын жүргізу лицензия берілген Ұлттық банктің шешімімен айқындалған ресми статусы бар банкілер арқылы жүзеге асырылады. Несие негізінен оны өтеу қабілеті бар кәсіпорындарға беріледі. Несие өтеу қабілеттілігі деп кәсіпорынның өзінің борышты міндеттемелерін толығымен және уақытында есептесе алуын айтамыз. Кәсіпорындағы несиені, негізінен, өнеркәсіптің тиімділігін арттыруға және оның ғылыми-техникалық деңгейін көтеруге, тиімділігі жоғары жаңа өнім түрлерін шығаруға, ынтыландыруға, халыққа түрлі қызметтерді көрсетуге, халық үшін экспортқа тауар шығаруға байланысты шаралар мен мақсаттарға беріледі. Олардың ішінен жеке көңіл бөлінетіндері өз міндеттемелерін дер кезінде орындайтын клиенттерге, өз қаржыларын осы банктің депозиттеріне және шоттарына сақтайтын банк акционерлеріне, кәсіпорындарға және ұйымдарға беріледі.

Несие мерзімділік, қайтарымдылық және төленетін жағдайында коммерциялық және келісім-шарт негізінде беріледі [1].

Қысқа мерзімді несиелер 3000 «Қысқа мерзімді қаржылық міндеттемелер» бөлімшесінің мына шоттарында есепке алынады.

3010 «Қысқа мерзімді банктік қарыздар»

3020 «Уәкілетті органның және Ұлттық банктің лицензиясыз банктік операцияларды жүзеге асыратын ұйымдардан алынатын қысқа мерзімді қарыздар»

Несиелерді есепке алу үшін 4-«Ұзақ мерзімді міндеттемелер» бөлімінің шоттары ұзақ мерзімді болып сыныпталатын ұйымдардың міндеттемелерін есепке алуға арналған.

4000-«Ұзақ мерзімді қаржылық міндеттемелер» кіші бөлімі ұзақ мерзімді кредиторлық берешекті алып тастағанда, ұзақ мерзімді қаржылық міндеттемелерді есепке алуға арналған және шоттардың келесі топтарын қамтиды:

4010 «Ұзақ мерзімді банктік қарыздар»

4020 «Уәкілетті органның және Ұлттық банктің лицензиясынсыз банктік операцияларды жүзеге асыратын ұйымдардан алынатын қысқа мерзімді қарыздар»

Кесте 1 – Несиелік операциялар бойынша шоттар корреспонденциясы

№	Шаруашылық операцияларының мазмұны	Шоттар корреспонденциясы	
		дебет	кредит
1	Ағымдағы банктік шотқа банк несиесі түсті	1030	3010,3020
2	Банк несиелері бойынша қарыз жойылды	3010,3020	1030
3	Сатылған облигациялардың құнын қажетсіздендіру	1030, 4010	1130
4	Вексель мен облигациялардың ұзақ мерзімді төлемі	4030	1010, 1020, 1030
5	Келісімде белгіленген төлем мерзімінің басталуына қарай қарыз беруші кәсіпорынға тиесілі сомасын аударуды бастаған	4010	1030

Қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді несиелерді беру Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкісі бекіткен «Қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді несиелендіруді ұйымдастыру ережелеріне» сәйкес жүргізіледі. Несие беру және оның операцияларын жүргізу лицензия берілген Ұлттық банктің шешімімен

Dulambaeva R.T., Tomashpayeva S.S. SUPPLY CHAIN RISK MANAGEMENT	33
Рыбалкина З.М. РЕСУРСЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТОМ	37
Кульбацька Н.М., Борисевич Є.Г. ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ К ОЦІНЦІ ЯКОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	41
Соколова Ю.И., Жуковская Л.Э. ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	43
Цыпленкова М.В., Охотская В.Н., Бобылева Т.А., Ефимова Т.А., Каськова А.Б. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ХАПК «ГРИН-АГРО»	46
Яременко С.С., Найдьон О.С. ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ ГАЛУЗІ З МЕТОЮ ВІЯВЛЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ ДРУКАРНІ «БАЛАНС-КЛУБ»	53
Тасжарганов С.И. ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ	56
Парфенова Е.Н., Симоненко Н.В. ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ	60
Шахманова Г.Т. АҚПАРАТТЫҢ БАСҚАРУШЫЛЫҚ ШЕШІМДЕРДІ ҚАБЫЛДАУ ЖӘНЕ ӨЗІРЛЕУДЕГІ РӨЛІ	69

CONTENTS**EKONOMIKA****Banky a bankovní systém****Искакова М.С., Ахунова Д.З. БАНК ЗАЙМДАРЫНЫҢ ЕСЕБІ 3****Исраилов Б.Е., Давильбекова Ж.Х. ОБЗОР СОСТОЯНИЯ
БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 6****Finanční vztahy****Джрауова К.С ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ САЛЫҚТЫҚ
БАҚЫЛАУДЫҢ ПРАКТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ 11****Rusten U. Amalbekova G.E THE IMPORTANCE OF ISLAMIC FINANCE
AND PRINCIPLES OF THEIR MODEL. 14****Řízení lidských zdrojů****Aisholpan Bekenova OPTIMAL WORKING CAPITAL FOR THE COMPANY
AND IMPACT OF THE MANAGEMENT OF THE CASH FLOWS 19****Антонова И.И., Магомедов Ш.Г., Сумкин К.С. ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ
УПРАВЛЕНИИ..... 27****Marketing a management****Дідур К.М. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ
ГОСПОДАРСТВІ 30**

айқындалған ресми статусы бар банкілер арқылы жүзеге асырылады. Несие негізінен оны өтеу қабілеті бар кәсіпорындарға беріледі [1].

Кәсіпорын несие алу үшін несиенің сомасы және пайдалану мақсаты, өтеу мерзімі, сондай-ақ несиеленетін шараның қысқаша сипаттамасы және оны жүзеге асырудың экономикалық тиімділігі дәлелденген жағдайда жазбаша түрінде банкке өтініш береді. Банк жасалған өтініштің негізінде, егер кәсіпорынның қарызы жоқ болса және бұрындары аталмыш кәсіпорын олардың берген несиесін оқтын-оқтын пайдаланып отырған болса, онда кәсіпорынның берген өтінішінің оң шешімін табуы мүмкін.

Аталған құжаттар болған жағдайда банкке заңмен белгіленген талаптарға, санитарлық-тазалық, экологиялық және басқа да нормаларға жауап беретін кәсіпорындарының құрылысының жобасы, сондай-ақ жоғарыда аталған нормалардың, мердігерлік келісімдердің сақталатындығын растайтын сараптау мекемелерінің және смета құжаттары бар болса ғана несиелеу саясаты оң шешімін табуы мүмкін.

Несие беру келісімі шарты бекітілгенге дейін банк қарыз алушының несиені қайтару қабілеттілігін мұқият талдауға, қарыздың өтелмеуіне әсер ететін факторларын; қарыз алушының атағын, бұрын алынған ссудасын уақытында өтеуі, басқа міндеттемелерге қатынасын, қарыз алушының экономикалық және қаражаттық жағдайын, балансы бойынша төлем қабілеттілігін және несиені пайдалану тиімділігін және т.б. мүмкіндігін зерттеуге міндетті [2].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Толпаков, Ж.С. Бухгалтерлік есеп. I.-Қарағанды, 2009 жыл
2. Толпаков, Ж.С. Финансовый учет-1. Караганда 2013 г

Исраилов Б.Е.

Докторант PhD, Казахстанско-Британский Технический Университет

Алматы, Казахстан

Давильбекова Ж.Х.

д.э.н., профессор, КазНУТУ им. К.И. Сатпаева

Алматы, Казахстан

ОБЗОР СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

Длительность реформирования, разрешения ключевых проблем, высокая подверженность экономическим рискам, стагнация финансового рынка, порожденная как внешними, так и внутренними причинами, среди которых особую роль играет значительная доля неформальной (теневой) экономики. Узость ассортимента банковских услуг для крупных субъектов экономики. Слабость казахстанских банков, их неспособность самостоятельно аккумулировать ресурсы необходимые и достаточные для финансирования крупных инвестиционных проектов, что порождает зависимость финансирования приоритетных направлений государством. Существенный дисбаланс в сторону розничного фондирования банков, фактически при отсутствии рынка перераспределения ликвидности и слабости механизмов рефинансирования.

Качество управления банком в статье представлено совокупностью свойств, определяющих возможность формирования условий для эффективного функционирования банка, поддержания его конкурентоспособности через выбор и интеграцию средств воздействия на факторы изменчивой среды. В общем плане – это способность банка генерировать и реализовывать конкурентные преимущества. При этом рост качества корпоративного управления, будучи связан с изменениями в системе менеджмента, становится также и движущей силой таких изменений.

Ключевые слова: Национальный банк Республики Казахстан, ВВП, КРІ.

Мировой финансовый кризис 2008-2010 гг. спровоцировал несколько лет стагнации и лишь с 2011 г. начался некоторый рост банковского сектора. На сегодня

государства говорит в своем Послании «Третья модернизация: глобальная конкурентоспособность». [5]

Президент ставит перед Правительством конкретную задачу – провести технологическую модернизацию и создать в стране качественно новую цифровую индустрию. Достижение этих целей позволит Казахстану не только уверенно держаться на плаву, но и смело конкурировать с самыми развитыми и прогрессивными странами мира. В эпоху глобализации и сверхбыстрого развития технологий сделать это будет совсем непросто, а потому важность поручения Лидера Нации должен понимать каждый.

Главная цель, чтобы цифровые технологии не только охватили всю страну, но и принесли реальную пользу каждому гражданину. Прежде всего, они должны максимально облегчить и упростить процесс оказания государственных услуг населению, а также оградить людей от прямых контактов с госорганами, тем самым исключив возможность для коррупционных проявлений.

Залогом своевременного и успешного перехода страны на цифровую экономику, является создание безопасной и конкурентоспособной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, отвечающей неуклонно растущим потребностям рынка.

Литература:

1. <http://zerde.gov.kz>
2. <http://Profit.kz>
3. Толеубекова Р.К., Саржанова Ф.Б., Есен А. Цифровая грамотность в условиях развития цифровых технологий. www.oaji.net
4. <http://kursiv.kz> Казахстан переходит на цифру
5. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность». 31 января 2017 г.

госуслуг через Госкорпорацию в электронной форме не менее 65%, завершить подключение к интегрированной информсистеме новых 53 госуслуг, переданных в Госкорпорацию. [1-2]

Цифровые технологии – это эффективный способ управления информационными потоками. Для потребителя это, прежде всего, возможность безграничного доступа к огромному объему самой разнообразной информации. В считанные минуты любой пользователь Интернета может найти практически все, что находится в свободном доступе, или как минимум не слишком тщательно скрывается. Цифровая технология позволяет огромные объемы информации, которые будут сжаты в небольших устройствах хранения данных, которые могут быть легко сохранены и транспортированы. [3]

Республика намерена полностью перейти на цифровые технологии и активно ищет партнера способного такой переход обеспечить. Вполне вероятно, что выбор падет на одного из лидеров индустрии – китайского гиганта HUAWEI.

Среди приоритетных проектов, в которых уже сейчас участие принимает китайский телекоммуникационный гигант – покрытие оптическими линиями связи и передачи данных отдаленных населенных пунктов, этот проект реализуется совместно с нацкомпаниями АО «Казахтелеком» и АО «Транстелеком»; развитие системы «Безопасный город» в Астане, Алматы и Шымкенте; внедрение электронного образования и здравоохранения, а также создание Центров обработки данных на основе облачных технологий (НИТ).

В частности, в Астане по проекту Smart Astana, внедрением которого занимается АО «Астана Innovations» уже запущены такие городские проекты, как «Smart-школа», «Smart-поликлиника», «Smart-уличное освещение», «Smart payments», «Smart tickets», «Smart tracking», а также интеллектуальный контакт-центр Астаны.

При этом над концепцией Smart Astana HUAWEI Kazakhstan работает второй год. Компания не только подписала меморандум с «Астана Innovations», которая по поручению акима Астана Асета Исекешева является главным разработчиком проекта, но и организовала для представителей акимата, ДВД и других заинтересованных структур ряд ознакомительных поездок в КНР и другие страны, где подобные проекты уже были реализованы. Важно и то, что этот проект заинтересовал китайский инвестиционный фонд «Шелковый путь». [4]

3D-принтинг, онлайн-торговля, мобильный банкинг и различные цифровые сервисы. О необходимости развития именно этих перспективных отраслей Глава

общие показатели уровня финансового посредничества в Казахстане демонстрируют относительно низкую эффективность банков в сфере перераспределения ресурсов в экономике и удовлетворения кредитного спроса.

Для современного этапа развития казахстанских банков второго уровня характерна ее крайняя неравномерность. Наравне с кризисными явлениями наблюдаются и быстрый рост (в том числе за счет реструктуризации) ряда небольших банков, не обусловленный кардинальными изменениями в корпоративном управлении. Так, Bank RBK продемонстрировал в 2011-2014 годы впечатляющие темпы роста. Число клиентов Банка выросло в 85 раз, активы – в 63 раза, объем привлеченных вкладов – в 150 раз, собственный капитал – в 10 раз, ссудный портфель – в 103 раза.

На внутренний потребительский спрос оказал влияние переход в августе 2015 года к плавающему курсу валют, который вызвал значительные колебания обменного курса и повышение цен на внутреннем рынке. В ответ на снижение спроса объем промышленного производства в 2015 году сократился на 1.6% по сравнению с 2014 годом.

Казахстан продолжает испытывать общий спад в экономике как следствие значительных торговых потрясений, начавшихся в середине 2014 года. "В 2014 году объем ВВП в долларовом выражении составил приблизительно 221 миллиард долларов США, который сократился в 2016 году приблизительно на 133 миллиарда долларов, и это представляет собой значительное снижение на более чем 80 миллиардов всего лишь за два года", - сказал глава Нацбанка. По его словам, обсуждается консолидация не только в финансовом секторе, но и в строительной, горнодобывающей промышленности и других отраслях экономики.

В 2015 года Правительство надлежащим образом отреагировало на шок от изменения условий торговли. Был пересмотрен бюджет 2015 года и изменены приоритеты бюджета 2016 года, в результате сократились как текущие, так и инвестиционные расходы; была отложена реализация ряда проектов, при этом расходы на социальные нужды сохранились.

Правительство также стремилось повысить эффективность государственных расходов. Фискальный дефицит не нефтяного сектора увеличился с 10.1% от ВВП в 2014 году до 12.6% в 2015 году, поскольку доходы от добычи нефти сократились в двое и доходы, не связанные с добычей нефти, также снизились, что отразилось на замедлении роста не нефтяного сектора. В то же время, в 2015 году увеличились внебюджетные расходы, поскольку Правительство

рефинансировало погашение внешнего долга национальной нефтедобывающей компании.

Национальный Банк Республики Казахстан и Правительство РК оказали ощутимую поддержку ликвидности банков через программу поддержки экономики. В 2014-15 годах экономическая поддержка оказывалась преимущественно банковскому сектору для урегулирования кредитных проблем путем решения вопроса неработающих кредитов и предоставления субсидированных займов предприятиям малого и среднего бизнеса (МСБ). Программа поддержки капитализировала Фонд проблемных кредитов, внося в него 1,4 миллиарда долларов США в 2014 году для того, чтобы сократить количество неработающих кредитов, доля которых составила приблизительно 23.5% от всех банковских займов в декабре 2014 года.

Ужесточение денежно-кредитной политики и направленные политические меры повлияли на уровень роста кредитования и его характер, хотя ожидается, что переход к плавающему валютному курсу в августе 2015 года в среднесрочной перспективе облегчит доступ к кредитованию. Однако, в ближайшей перспективе, неустойчивость обменных курсов и недавние повышения базовой ставки Национальный Банк Республики Казахстан сдерживают инвестирование предприятий, и их кредитование банками сократилось. Активы банковской системы увеличились на 5% от совокупного темпа годового прироста с 2008 года; однако, рост ВВП был гораздо выше в течение того же периода, и поэтому коэффициент банковских активов по отношению к ВВП снизился с 91% до показателя ниже 40% за данный период времени.

При оценке процедур работы совета директоров и менеджмента необходимо выяснить адекватность выполнения советом директоров функций контроля, аудита, планирования и бюджетирования.

Отсутствие регламентации вопросов вознаграждения можно связать со спецификой Казахстана, где длительное время действовало жесткое налоговое законодательство, что не способствовало раскрытию информации о вознаграждениях менеджерам. Об имевших место эксцессах на этой почве мы рассказывали в главе 1. Также традиционно, официально раскрываемая сумма вознаграждения, не соответствует действительности. В то же время, акционеры вправе точно знать, во сколько им обходятся наем менеджеров, а также стоимость содержания аппарата управления банком.

В практике казахстанских банков отсутствуют как сами количественные параметры вознаграждения, так и его структура (методика исчисления). Принципы,

финансирование квазигосударственным сектором, частными инвесторами без нагрузки на республиканский бюджет. Данный шаг позволит сэкономить государственные средства, которые можно будет направить на другие социально значимые проекты.

Основная цель государственной программы «Цифровой Казахстан» – повышение качества жизни населения посредством прогрессивного развития цифровой экосистемы и конкурентоспособности экономики Казахстана. Реализация Государственной программы "Цифровой Казахстан" будет проводиться в четырех ключевых направлениях: Создание "Цифрового шелкового пути". Это развитие надежной, доступной, высокоскоростной и защищенной цифровой инфраструктуры; Создание "креативного общества". Это развитие компетенций и навыков для цифровой экономики, проведение работ по повышению цифровой грамотности населения, подготовка ИКТ специалистов для отраслей; Цифровые преобразования в отраслях экономики. Это повсеместное внедрение цифровых технологий для повышения конкурентоспособности различных отраслей экономики; Формирование "Проактивного цифрового правительства". Это усовершенствование системы электронного и мобильного правительства, оптимизация сферы предоставления государственных услуг. Ожидаемые Цифровые дивиденды для Казахстана определены и обозначены в соответствии со стратегическими задачами государства. В первую очередь, речь идет о таких важных и актуальных для страны вопросах, как повышение эффективности и прозрачности государственного управления, обеспечение занятости населения, повышение качества образования и здравоохранения, улучшение инвестиционного климата, повышение производительности труда и рост доли малого и среднего бизнеса в структуре ВВП. В результате реализации ГП "Цифровой Казахстан" доля сектора ИКТ в ВВП Казахстана к 2020 году достигнет 4,85%; производительность труда в ИКТ сфере вырастет на 31%; цифровая грамотность населения составит 80%; доля пользователей интернет увеличится до 78%; доля оказанных электронных государственных услуг по отношению к общему числу услуг, полученных в бумажной и электронной формах увеличится до 80%.

По третьему направлению отмечено более 30 млн оказанных электронных услуг, выдано более 17 тыс. электронных лицензий, 433 тыс. разрешительных документов. На сегодня в Реестре госуслуг насчитывается 739 наименований, из которых 530 можно получить через портал электронного правительства и Госкорпорацию. Для удобства граждан введен единый номер 1414, где можно получить необходимые консультации. Поручено до конца года обеспечить оказание

Италия и Турция. По плотности пользователей интернета Казахстан занимает 41 строчку, по уровню развития законодательства в области ИКТ — 38 место. Уже 77% государственных услуг в нашей республике можно получить через портал электронного правительства и госкорпорацию.

Всего 11 лет назад в нашей стране впервые была озвучена идея создания ЦОНов (центр обслуживания населения). На сегодня ими оказаны более 29 млн. государственных услуг по принципу «одного окна». Казахстан занимает 33 место в мире в рейтинге ООН по индексу [«Электронного правительства»](#).

Министерством информации и коммуникаций Республики Казахстан обозначено три основные направления работы: информация, связь и информатизация, а также оказание государственных услуг.

Министерством разработана Концепция законопроекта по вопросам информации и коммуникаций направленная на совершенствование законодательства по вопросам СМИ, телерадиовещания, связи и информатизации. Проектом Концепции предусматривается внесение изменений в 4 кодекса и 12 законов. Концепция прошла широкое обсуждение. [Учтены как положительные отзывы, так и критика.](#)

По второму направлению одной из приоритетных задач обозначено обеспечение населения широкополосным доступом к интернету. На сегодня количество пользователей достигло 73%. В населенных пунктах с численностью 10 тысяч и более внедрена мобильная связь стандарта 3G. Стандарт 4G запущен в населенных пунктах с численностью 50 тысяч и более. К концу 2017 года стандартом 4G будут охвачены все районные центры страны. Министерством разработан проект «Обеспечение ШПД к сети интернет сельских населенных пунктов РК (СНП)» посредством государственно-частного партнерства. При реализации данного проекта в 1300 сельских населенных пунктах будет создана инфраструктура связи нового поколения. С 1 января в Казахстане отменено так называемое [«мобильное рабство»](#).

В части обеспечения доступности инфраструктуры телевидения сеть спутникового вещания «ОТАУ TV» обеспечивает 100% охват территории страны. Количество абонентов на 1 октября 2016 года составило 1 млн 204 тыс. По данному направлению поручено утвердить Дорожную карту по реализации Проекта, внести предложения по повышению конкурентоспособности и смотримости «ОТАУ TV».

По отрасли информатизации Министерством разработан проект Государственной программы [«Цифровой Казахстан»](#), предусматривающий

лежащие в основе формирования компенсации произвольны, так как ни один банк их четко не привязывает к квалификации или финансовым результатам работы банка.

Понимание того, что необходимо разработать и внедрять КРІ, связано с уровнем банковского менеджмента в целом, а также с необходимостью переходить от интуитивной оценки деятельности к более точным процессам, к показателям, которые были бы понятны всем менеджерам.

Для более точной оценки качества деятельности банков второго уровня Республики Казахстан стоит использовать систему «ключевых показателей эффективности», на английском «Key Performance Indicators», далее КРІ. Это показатели, с помощью которых происходит оценка эффективности деятельности предприятия и его персонала, процессов и функции управления компанией, оценки результативности технологических и производственных работ, и другие виды деятельности. По сути, КРІ – это количественно измеримый индикатор фактически достигнутых результатов.

Как известно, движущей силой любой компании – является персонал. С помощью КРІ можно не только оценивать реально выполненную работу, но и мотивировать персонал. Далее рассмотрим несколько аргументов, в пользу КРІ при мотивации:

Это 100%-ная ориентация на результат – сотрудники компании получают вознаграждение за достижение конкретного результата и выполнение работ.

Управляемость – возможность корректирования усилия сотрудников компании без серьезной модификации самой системы при изменении ситуации на рынке.

Справедливость – оценка вклада каждого сотрудника компании и делегирование рисков в случае провала.

Понятность – сотрудники четко понимают, за что именно их будут вознаграждать, компании же в свою очередь понимают сколько они готовы платить за определенные результаты.

Чтобы оценить на сколько эффективно, результативно работает сотрудник используем следующую формулу:

$$\text{Индекс КРІ} = \text{Факт} / \text{План}$$

Но эта формула не является точным показателем, потому что, в любом случае получится положительный результат. Чтобы измерить выполненную работу более точно, лучше внести следующие корректировки:

$$\text{Индекс KPI (\%)} = \frac{\text{Факт-База}}{\text{План-База}} * 100\%$$

Базовый уровень (база) – это критический показатель, что говорит об очень плохом значении работ

Плановый уровень (план) – это показатель того что нужно выполнить в соответствии с планом

Фактический показатель (факт) – это значение выполненных работ по факту

Вот таким не сложным образом, используя KPI можно мотивировать персонал для выполнения поставленных перед ними задачами.

Литература:

1. Кодекс корпоративного управления АО «Темірбанк»; Кодекс корпоративного управления АО «ForteBank».
2. <https://tengrinews.kz/markets/akishev-rekomenduet-kazahstantsam-ostorojnyimi-razmeschenii-313794/>
3. <http://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1458518-kak-rasschitat-premiu-sotrudnika-na-osnove-kpi>
4. http://chuprina.kz/wp-content/uploads/2014/01/Книга_KPI_Klochkov.pdf
5. <http://www.businessstudio.ru/procedures/business/kpi/>
6. <http://bankir.ru/publikacii/20080815/sistema-kluchevih-pokazatelei-effektivnosti-deyatelnosti-banka-1382555/> материал из статьи Т.Н. Лобанова. Аналитический журнал «Управление в кредитной организации» №4/2008
7. Краткий обзор программы партнёрства Всемирного банка и Казахстана, апрель 2016 года. <http://pubdocs.worldbank.org/en/592161461474956321/Kazakhstan-Snapshot-s2016-ru.pdf>

Курманалина А.А., Ахмедова О.

Актюбинский региональный государственный университет

им. К. Жубанова, Казахстан

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ СВЯЗИ

Важнейшими тенденциями развития телекоммуникаций являются реструктуризация сектора и усиление конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг. Состояние связи, как инфраструктурной отрасли, определяет развитие экономики в целом. Поэтому для любой экономической системы, стремящейся к экономическому росту, необходимо достижение определенного уровня развития телекоммуникаций.

Стремительный научно-технический прогресс в области связи изменил условия производства. Телекоммуникации на современном этапе становятся высокорентабельным бизнесом. Появляются реальные возможности расширения рамок "естественной монополии" путем привлечения разнообразных форм частного капитала и, следовательно, развития конкуренции. Таким образом, телекоммуникации стали одним из источников подъема экономики, а также движущим фактором в формировании устойчивой финансовой системы государства, за счет чего, появляются и успешно развиваются новые отрасли информационной индустрии. Внедрение цифровых технологий позволяет существенно расширить возможности высокоскоростного обмена деловой, образовательной, научной, рекламной и развлекательной информацией в международных масштабах, тем самым формируя финансовые потоки, которые направлены на развитие информационных систем.

С момента обретения независимости инфраструктура отраслей информации, информатизации и связи выстроена практически заново. С начала 90-х годов в Казахстане на сетях телекоммуникаций построено более 12,5 тыс. км волоконно-оптической кабельной магистрали. В 1999 году сеть междугородной/международной связи стала на 100 % цифровой.

По данным Всемирного экономического форума, Казахстан сегодня занимает 39-е место в международном рейтинге уровня развития информационно-коммуникационных технологий, опережая, в частности, такие страны, как Россия,

других стран мира и по внедрению политики «зеленого роста». Это не случайно, а взаимосвязано, поэтому Казахстану следует уделять значительно больше внимания «зеленой» экономике и, несмотря на экономические трудности конъюнктурного плана, иметь хотя бы концепцию, скажем, приобщения к этой инновации. Глобальный рынок так называемых «зеленых» товаров и услуг составлял, по данным *Worldwatch Institute*, 546 млрд долл. США в 2009 г. Но это мало что говорит о самой «зеленой» экономике как новом векторе развития, тем более что расчеты рынка «зеленых» товаров очень субъективны. Значение «зеленой» экономики как глобального явления для будущего человечества заключается не только в переходе к низкоуглеродной экономике, но и в решении проблемы чистой питьевой воды для всех стран, народов и территорий, значительном снижении (приблизительно сравнимом с периодом внедрения антибиотиков) детской и младенческой смертности в странах, где она непомерно высока и уменьшает потенциальный человеческий капитал страны — ее будущее богатство.

Литература

1. Tobin J. *The New Economics One Decade Older*. Princeton, 1974.
2. The Series Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 1981. James Tobin. The Official Web Site of the Nobel Prize.
3. *Население и окружающая среда*. М., Статистика, 1975.
4. Каутский К. *Размножение и развитие в природе и обществе*. Харьков, 1923.
5. *Демографическая энциклопедия*. М., 2013.
6. Cohen J. *How many people can the Earth support?* N.Y., 1995.
7. Ehrlich P. R. and Ehrlich A. H. *The Population explosion*. N.Y., 1990; Ehrlich P. R., Tobias M. Ch. *Hope on Earth: A Conversation*. Chicago, 2014.
8. *The G-20 Toronto Summit Declaration*. June 26–27, 2010.
9. Вернадский В. И. *Размышления натуралиста*. В двух книгах. Научная мысль как планетное явление. Книга вторая. М., 1977.
10. *Оценка оценок окружающей среды Европы*. ЕЕА, 2011.
11. *Экономический обзор ОЭСР: Российская Федерация. Основные выводы и рекомендации*. Январь 2014. OECD, 2014.

Finanční vztahy

Джрауова К.С

Қорқыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті,
Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ САЛЫҚТЫҚ БАҚЫЛАУДЫҢ ПРАКТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Салық төлеушінің Қазақстан Республикасының салық заңнамасына сәйкес мемлекет алдында туындайтын міндеттемесі салық міндеттемесі деп танылады.

Осыған орай салық төлеуші салық органында тіркелу есебіне тұруға, салық салу объектілерін және салық салуға байланысты объектілерді айқындауға, салықты және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді есептеуге, салықтық нысандарды жасауға, салық тіркелімдерді қоспағанда, салықтық нысандарды салық органына белгіленген мерзімде табыс етуге, салықты және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді төлеуге міндетті.

Егер Кодексте өзгеше көзделмесе, онда салық төлеуші салық міндеттемесін орындауды дербес жүзеге асырады. Салық төлеуші салық міндеттемесін орындау үшін мынадай іс-әрекеттер жасайды:

- а) салық органына тіркеу есебіне тұрады;
- б) салық салу объектілері мен салық салуға байланысты объектілердің есебін жүргізеді;
- в) салық салу объектілері мен салық салуға байланысты объектілерді салық базалары мен салық ставкаларын негізге ала отырып, бюджетке төленуге тиісті салық және басқа да міндетті төлемдер сомасын есептейді;
- г) салық заңдарында белгіленген тәртіппен және мерзімдерде салық пен бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің есептеп шығарылған және есептелген сомаларын, сондай-ақ салық міндеттемесі орындалмаған жағдайларда, салық өсімпұлдары мен айыппұлдарын төлейді.

Салық төлеуші салық міндеттемесін Кодексте белгіленген тәртіппен және мерзімдерде орындауы тиіс. Салық төлеуші салық міндеттемесін мерзімнен бұрын орындауға құқылы.

Салық міндеттемесін орындау кезінде салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді есептеу ерекшеліктері:

- төлем көзінен ұсталатын салық сомаларын есептеуді салық агенті жүзеге асырады;

- кодекстің ерекше бөлімінде көзделген жағдайларда салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің жекелеген түрлерінің сомасын есептеу жөніндегі міндет салық органына және уәкілетті органдарға жүктелуі мүмкін.

Салық берешегін өтеу мынадай тәртіппен жүргізіледі:

есепке жазылған өсімпұлдар;

берешек сомасы;

айыппұлдар сомасы.

Жеке тұлғаның салық міндеттемесі:

қайтыс болғанда;

күшіне енген сот шешімі негізінде оны қайтыс болды деп жариялағанда тоқтатылады.

Жеке кәсіпкердің салық міндеттемесі жеке кәсіпкер ҚР-ның заңнамасында белгіленген тәртіппен қызметін тоқтатқаннан кейін тоқтатылады.

Заңды тұлғаның салық міндеттемесі:

таратылғаннан кейін;

қосылу (қосылған заңды тұлғаға қатысты), бірігу және бөліну жолымен қайта ұйымдастырылғаннан кейін тоқтатылады.

Салық төлеушілерді мемлекеттік тіркеу- бұл салық төлеуші туралы мәліметтерді ҚР салық төлеушілерінің мемлекеттік тізіліміне енгізу.

Салық төлеушілердің мемлекеттік деректер базасы- салық төлеушілерді есепке алуды жүзеге асыруға арналған ақпараттық жүйе.

Салық төлеушілердің мемлекеттік деректер базасын қалыптастыру салық төлеушіні:

жеке кәсіпкер, жеке нотариус, адвокат ретінде;

қосылған құн салығы бойынша;

вред природе. Нелогичное разделение, ибо и старая («коричневая») экономика в ее лучших предпринимательских традициях уже много десятилетий (более 30) стремится к минимизации отходов в любом производстве и к безопасной переработке для окружающей среды (уже не природной, а городской и сельской) отходов жизнедеятельности населения. Задачи «зеленого роста» в Дании, которая уходит от понятия «зеленая» экономика, четко ограничены, последовательны, а потому эффективны: это охрана окружающей среды и климата, создание условий для развития конкурентоспособного современного сельского хозяйства и пищевой промышленности, что позволит ускорить экономический рост и *повысит уровень занятости* [10, с. 124].

Практическая реализация принципов «зеленой» экономики

Обратимся к данным о развитии ряда стран в последнее десятилетие, чтобы понять быстроту перемен одних и расхождение деклараций и практики у других. В 2000-е гг. Китай вынес на повестку дня самых высоких по представительству национальных форумов вопрос о переходе к новой модели экономического роста, близкой по пониманию к «зеленой», так как был очень озабочен ухудшением экологии густонаселенных районов страны и быстрым ростом энергопотребления на единицу роста промышленной продукции и ВВП. В 2011 г., по данным ОЭСР, мы имели следующую картину, характеризующую, с одной стороны, влияние китайских решений на динамику энергоемкости национальной экономики. По энергопотреблению на единицу ВВП среди высокоразвитых стран и стран БРИКС последнее место с самым высоким показателем занимает Исландия, предпоследнее место у России, показатель которой значительно превосходит показатели следующих за ней Канады, Китая, Индонезии, Финляндии, ЮАР. Самый лучший показатель среди стран БРИКС у Бразилии, который в 2 раза ниже, чем в России. Лучшие показатели среди этой группы стран имеют Великобритания, Швейцария, Ирландия. В совокупности с показателем выбросов парниковых газов на единицу ВВП, самый низкий уровень которого в Швейцарии, Швеции, Норвегии, Франции и Великобритании, можно сделать вывод, что переход к «зеленой» экономике осуществляется или может быстрее других осуществиться в Швейцарии и Великобритании, имеющих к тому же долговременные традиции бережного отношения к природе. [11, с. 21]. Экспертами подчеркивается, что Всемирный экономический форум (Давос) 2009 г. взял курс на «зеленую» экономику как единственный путь развития. Если посмотреть на рейтинг глобальной конкурентоспособности, составляемый этим же Форумом, который в 2014 г. возглавила Швейцария, то первые 10, а то и 20 стран рейтинга находятся впереди

среде ради будущих поколений; употребляются понятия, не получившие своего адекватного раскрытия: экологические риски, экологический дефицит, природный капитал и т. д. При этом отдельно от направления «антироста» существует течение о популяционно-демографической или демографической емкости нашей планеты, о совместимости условий земного существования лишь с определенным количеством населяющих ее людей, считая не только возможные объемы производства продовольствия, но и экологическую составляющую «равновесности» существования человечества [6]. Об этом писал еще Д. И. Менделеев в своих «Заветных мыслях», этому посвящены работы А. и П. Эрлихов [7], которых так остро критиковал Дж. Тобин, считая, что идеи П. Эрлиха во многом повторяют основные положения теории Т. Р. Мальтуса, которые для него были неприемлемыми. «Зеленая» экономика — это отрасли, которые создают и увеличивают природный капитал Земли или уменьшают экологические угрозы и риски (UNEP). Еще больший уклон в этом направлении произошел после «Рио + 20», где контекст борьбы с бедностью и устойчивого развития стал основным. Политику уменьшения вредных выбросов и обеспечения экологически безопасной переработки отходов производства и жизнедеятельности человека могут проводить только страны с высокими темпами экономического роста (Китай, Бразилия и т. д.).

По нашему мнению, будущее «зеленой» экономики нецелесообразно связывать с заявлением лидеров государств «Группы 20», предложивших «содействовать работе над методами оценки, учитывающими социальные и экологические последствия экономического развития» [8]. Это опять позиция вчерашнего дня, когда последствия в социальной и экологической областях, вызываемые экономическим ростом, лишь учитываются, а не являются основополагающими параметрами, на которых строится стратегия экономического роста и выбираются наиболее соответствующие направления макроэкономической политики. Это позиция нейтрализации уже допущенных ошибок, проистекающих из старой экономической парадигмы, смены которой требует переход к «зеленой» экономике. Многочисленные международные форумы 2010-х гг. по вопросам «зеленого роста» и стратегии устойчивого развития не привели, по существу, к необходимым сдвигам ни в политике стран — участниц этих форумов, ни в приближении к идее главенствующей роли принципа «не навреди природе», включая природу самого человека, который слишком часто забывает, что он «не есть случайное, независимое от окружающего (биосферы или ноосферы) свободно действующее природное явление» [9, с. 19]. Традиционную («коричневую») и «зеленую» экономику эксперты *Deutsche Bank* предлагают различать по тому, возвращаются ли отходы обратно в производственный цикл, нанося минимальный

электрондық салық төлеуші ретінде;

қызметтің жекелеген түрлерін жүзеге асырушы салық төлеуші ретінде;

салық салу объектісін және салық салуға байланысты объектіні орналасқан жері бойынша тіркеу есебіне алу болып табылады.

Салық салу объектілерін және салық салуға байланысты объектілерді айқындау Салық Кодексында белгіленген тәртіппен алынған ақпараттың негізінде жүргізіледі.

Кіріс есептеу үшін салық төлеушінің банктік шоттарына, төлем карточкаларына, сондай-ақ банк шотынан көшірмемен расталатын өзге де төлем және есеп-қисап құжаттарынан ақшалардың түсуі туралы ақпаратты және салық төлеушінің ақша алу фактісін растайтын басқа да құжаттарын пайдаланады.

Салық Кодексында айқындалған ұйымдар немесе жеке тұлғалар тексерілетін салық төлеушіде алынған басқа табысы бар екендігіне қатысты ақпарат берген кезде аталған табыстардың сомасы жалпы табыс сомасына (салық салынатын айналымға) енгізілуге жатады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Галеева Н, Корякина А, Глубокова Н. Налоговый менеджмент: учебное пособие- Издатель: Евразийский открытый институт, 2011
2. Селезнева Н.Н. Налоговый менеджмент: администрирование, планирование, учет: учебное пособие- Издатель: Юнити-Дана, 2015

Rusten U. Amalbekova G.E

M.Kh.Dulaty Taraz State University, Taraz city.

IMPORTANCE OF ISLAMIC FINANCE AND PRINCIPLES OF THEIR MODEL

The global economic and financial crisis has exposed deep contradictions in the existing financial system and this led to a growing interest in different models of the financial system, in particular to "Islamic Finance". The current financial crisis has provided Islamic Finance an opportunity to assert itself as a competitive alternative to traditional Finance by offering investors in other asset classes and markets. The world has come to a consensus that the unregulated capitalism that led us to the crisis must be rebuilt in order to provide greater flexibility and stability of the financial system. In this article we will consider the principles of Islamic Finance and the possibility of capital investment in terms of socially responsible investing. While I would like to formulate a key hypothesis of this text: Islamic Finance, we consider not only as the experience of several countries, which are characterized by the use of this model [1], but also as the prototype of alternative models of financial system.[2] If we turn to some factors of the financial crisis that hit almost all of the capitalist system, we note that none of the factors are not peculiar to politics, based on principles specific to the model of Islamic Finance:

- excessive lending too burdened with the loans; consumer relationships (purchase, sub-Prime lending); the agricultural debt;
- opaque financial security: deceptive ratings (the level of security was AAA rated mortgage-backed securities, which are generally difficult to assess);
- mismanagement: a distorted system of incentives (generous bonuses payment Manager), while shareholders suffer; weak supervision (destroyed system with disparate regulation); regulatory errors (capacity of the shadow banking industry to 10 trillion dollars; low level of validation before the confirmation of the loan) [2].

Thus, the crisis forces investors to pay attention to the system of financial relations based on transactions involving real values and risk sharing. And here it is appropriate to talk not only about the principles of Islamic Finance, but also on the development of ethical investment funds and socially responsible investing.

Modern Islamic Finance is a young but energetic system that becomes an alternative form of financing, and at the same time a significant part of the global financial

природой растет и тенденция к нарушению ее равновесия [4, с. 67]. В Демографической энциклопедии [5, с. 381] приводятся данные исследований Калифорнийского университета о более низкой детской смертности в современных африканских и наименее развитых странах других континентов, которые дольше были под управлением метрополии.

Концепция «зеленой» экономики

Наиболее радикальные выразители концепции «зеленой» экономики настаивают на том, чтобы не связывать будущее развитие человечества с экономическим ростом, но общепринятое определение «зеленой» экономики, как и экологической экономики, содержит атрибут ее направленности на устойчивое развитие без ущерба для окружающей среды. Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП, *UNEP*) в 2011 г. Выпустила доклад «Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности». Во-первых, заметим, что бедность в современной экономической системе искоренить невозможно: всегда были, есть и будут в любом обществе бедные слои населения, которые находятся в состоянии абсолютной или относительной бедности. Искоренить можно и нужно нищету населения, а также можно ликвидировать бедность в определенных социально-демографических группах населения благодаря соответствующей политике государства и бизнес-сообщества, например среди студентов или пенсионеров. Считается, что теория «зеленой» экономики базируется на трех аксиомах, которые носят, по нашему мнению, скорее характер постулатов. К ним относятся следующие аксиомы:

- невозможно бесконечно расширять сферу влияния в ограниченном пространстве;
- нельзя требовать удовлетворения бесконечно растущих потребностей в условиях ограниченности ресурсов;
- все на поверхности Земли является взаимосвязанным. Последний постулат самый очевидный и взвешенный, унаследованный от первых философских построений в истории человечества, а все они в том или ином виде отстаивались Б. Коммонером, но о первоисточнике современные адепты «зеленой» экономики как-то стали забывать. Безусловным достижением «зеленой» экономики является вывод о том, что направлением будущего развития существующего мира должно быть намного более рациональное управление человеческим и природным капиталом.

Определение «зеленой» экономики

К сожалению, во многих определениях «зеленой» экономики присутствует стандартный набор рассуждений о росте благосостояния без ущерба окружающей

развивающимся странам и параллельного ограничения валютных трансграничных спекуляций [1]. Хотя это предложение вошло в историю экономической науки как налог Тобина, Нобелевскую премию он получил за предложения по решению внутренних экономических проблем — «За анализ состояния финансовых рынков и их влияния на политику принятия решений в области расходов, на положение с безработицей, производством и ценами»[2]. Несмотря на то что предложения Тобина были встречены более чем прохладно, в XXI в. они явно пришли к двору. В результате европейского долгового кризиса ЕС стал искать дополнительные источники доходов, и в качестве одного из них Францией и Германией предлагался налог Тобина как налог на финансовые транзакции, который и был принят в 2013 г. И если во времена предложения Тобиным налога, от идеи которого он затем отказался, речь шла о 150 млрд долл. США с операций, проводимых в мировом масштабе, то теперь только в ЕС сборы от налога оцениваются в 30–35 млрд евро в год. Но этот налог, регулирующий мировой финансовый сектор, не имеет прямого отношения к современной «зеленой» экономике, их объединяют лишь глобальный охват мировой экономики и социальная направленность этого проекта, которая становится все более ценной как антиглобализационными силами, так и рыночной Европой, стремящейся к максимальной эффективности при соблюдении интеграционных интересов. Теперь крупнейшие фирмы в различных секторах экономики — от косметики до продуктов, от фармацевтики до легкой промышленности стремятся получить право на «Эко-знак» и «зеленую» маркировку хотя бы части своей продукции. Казалось бы, исследования окружающей среды, начавшиеся еще в начале 1970-х гг., и важность влияния на развитие человечества и обратного процесса — влияния человеческой деятельности, вмешательства человека в природу как имманентную черту его существования и развития, очень скоро должны привести к появлению такого экономического направления, как экологическая или «зеленая» экономика. Но этого так быстро, как ожидалось, не произошло. Первая международная конференция по проблемам окружающей среды была проведена ООН в 1972 г. (Стокгольм, Швеция)[3]. На Стокгольмской конференции впервые на международном уровне рассматривались взаимосвязи экономического развития и состояния окружающей среды. В 1980-е гг. много дискуссий проходило вокруг проблемы защиты озонового слоя; в 1992 г. прошла Конференция ООН по окружающей среде и развитию, и только через 40 лет на конференции «Рио + 20» впервые обсуждались проблемы «зеленой» экономики, соединив их, как теперь принято в большинстве документов всемирных организаций, с задачей искоренения бедности. Один из крупнейших марксистов К. Каутский еще в 1910-х гг. писал о том, что с ростом господства человека над

system. Annual growth of 15-20% over the last few years and expected future growth of 30% this industry is impressive [3]. This market is estimated at approximately one trillion dollars in the long term it could rise to four trillion [4].

Paradoxically, in Europe an increasing number of residents expressed willingness to use Islamic banking instruments, and their share even more than in Muslim countries. For example, in the UK, this willingness was expressed by 75% of respondents, while in Saudi Arabia 65% UAE – 25%.

The UK is a recognised centre for the development of Islamic banking in the West, and according to forecasts, in the coming years can enter into a three of world leaders. According to a partner at Berwin Leighton Paisner Andrew Baird, the emergence of Islamic banks – HSBC Amanah, UK "Islamic Bank of Britain, etc. – are made possible thanks to the developed financial infrastructure and establishing the necessary legal and tax frameworks [5]. Currently, Islamic Finance and banking institutions have several advantages in comparison with traditional Finance. In 2009 the Banker survey of Islamic Finance showed that the assets of the 500 largest financial institutions in accordance with the principles analyzed our model, increased by 28.6%, reaching US \$ 822 billion from \$ 639 billion in 2008 (forecasts are that this figure will exceed \$ 1 trillion in 2011). While asset growth in the top 1000 world banks in 2009 fell to 6.8% from 21.6%. Islamic institutions were able to maintain the 28% annual growth achieved in the last three years.

Highlighting the key principles of "Islamic Finance", note that it is an industry based on the principle of equity and financial justice.

Islamic principles are not allowed to sell what one does not possess (that is not in the ownership of person). Practically, this is manifested in the restriction of the use of derivatives and a ban on short selling. Also prohibited speculation and gambling. Contract certainty and transparency are other key principles. Contracts should be clear and not associated with any uncertain future events.

Islamic banks do not invest in traditional instruments associated with interest and therefore not exposed to "toxic" us sub-Prime mortgage loan. Islamic banks do not create money and hence the money multiplier. In the Islamic system compared with the conventional detectable level of savings in the economy is much lower, which provides the basis for financial stability and sustainable economic growth.

In particular, in accordance with the principles of Islamic financing, return on equity determined by the marginal efficiency of capital, time-preference and the positive growth of the economy. This means that Islamic banks are always profitable provided that real economic growth is positive. This creates the fundamental difference between Islamic banking where profitability is fully secured by real economic growth, and traditional

banking services, where profit is not primarily dependent on the real economy [4]. One of the reasons these principles is that for countries where they originated and developed, is more traditional emphasis on solidarity, rather than individualism. In the Islamic religion this is reflected in the forms of General priority of spiritual values over the values of the individual subject. It shapes Muslim culture and the foundations of the Islamic economy.

In Russia currently actualizarea question the necessity of studying and analyzing the experience of the functioning of the "Islamic Finance" (held an international conference exhibition on Islamic business and Finance in Kazan and Moscow). However, the idea of emergence in the Russian Federation, the Islamic Finance in practice requires a multi-step implementation. The practical application of Islamic financial instruments is possible through the implementation of the "roadmap to Islamic Finance in Russia", which is a document of step by step scenario of the development of Islamic Finance in Russia, including:– preparation of legal and regulatory framework as the main component of the Road map;

- plan optimal development and built in time the main stages of this process;
- the Outlook for the industry in the long term [5].

In this context, we believe it is important to consider socially responsible investment, to which today, more and more comes to Western society and who have much in common with the ethical norms of Islamic Finance. These principles in recent years are beginning to manifest themselves in Western economic practice and theory, where everything is often mentioned about the importance of social capital and values stability, social responsibility not only the state but also business.

Under the socially responsible investing (socially responsible investing, socially investing, socially aware investing, ethical investing, mission based investing, natural investing)is commonly understood as an investment process in which through a voluntary and conscious choice of criteria and methods of investing is manifested in the responsibility of the investor for the consequences of his investment for society, the environment and sustainable development, as well as his personal views and beliefs about social issues, socio-cultural and religious values [4].

Returning to the above principles of Islamic Finance, it should be noted that modern, socially responsible investments have deep ethical roots common to the Christian and Islamic civilizations. Even in biblical times, Jewish law contained a rule prescribing how to manage money in order not to violate ethical standards. Holy Scripture the Quran and the body of legal and religious norms of Sharia determined the range of financial operations, allowed devout Muslims. In the U.S. XVI. the Protestant sect of Quakers and Mennonites professed a special relationship to money based on the principles of human

Průmyslová ekonomika

Алходжаева Г.А, Шалболова У.Ж.
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА И ЕЕ БУДУЩЕЕ

В статье приводится история появления «зеленой» экономики в противовес традиционной «коричневой» экономике, дается ее концепция, показываются недостатки существующих определений «зеленой» экономики, делаются выводы о реальных возможностях перехода к росту «зеленой» экономики.

Ключевые слова: «зеленая» экономика; глобализация; выбросы в атмосферу; загрязнение окружающей среды.

The paper gives a historical account of the emergence of the «green» economy as opposed to the traditional «brown» economy, explains its concept, reveals the shortcomings of the existing definitions of the green economy. A conclusion is made that real conditions have currently developed to ensure the growth of the green economy.

Keywords: green economy; globalization; emissions to the atmosphere; environment pollution.

История появления «зеленой» экономики

«Зеленая» экономика, имеющая целью сохранение природной среды как обязательное условие развития экономики и рассматривающая экономический рост как зависимый компонент природной среды, появилась в качестве нового направления в экономической науке как противовес традиционной «коричневой» экономике, характеризующейся расточительством природных ресурсов, сравнительно недавно — два десятилетия назад. Обычно подчеркивают, что она стоит на стыке экономики, философии и ряда прикладных наук и политико-экономических течений. Согласно общепризнанному мнению функционирование такой экономики должно уменьшать риски для окружающей среды и экологический дефицит. Как считают, история «зеленой» экономики, которая требует координации действий национальных правительств в мировом масштабе и невозможна без участия государства в регулировании бизнеса, началась с предложения Дж. Тобина, советника правительства Дж. Кеннеди, предложившего в 1972 г. такую меру экономической политики, как специальное изъятие в виде отчислений в объеме 0,1–0,25% доходов, получаемых в результате финансовых транзакций, для помощи

Таким образом, от решения вышеизложенных проблем будет зависеть эффективность учетной системы исследуемого предприятия, что в целом будет оказывать влияние на его финансовые результаты.

Список использованной литературы

1. Закон «О туристической деятельности» от 12.01.2007 г.(с изменениями и дополнениями)
2. Сейдахметова Ф.С. Современный бухгалтерский учет г.Алматы 2010
3. Ержанова Н Корпоративный подоходный налог // Бюллетень бухгалтера № 4 2015
4. URL:<https://dvs.rsl.ru/semgu/Vrr/SelectedDocs?docid=%2Frsl0100200000%2Frsl01002943000%2Frsl01002943978%2Frsl01002943978.pdf>
5. (дата обращения:2.02.16)
6. Цехмистер П.Б. Заработная плата Автореферат,-С-15. [Электронный ресурс]
7. URL:<https://dvs.rsl.ru/semgu/Vrr/SelectedDocs?docid=%2Frsl0100200000%2Frsl01002658000%2Frsl01002658049%2Frsl01002658049.pdf>
(дата обращения:2.02.

equality and the unacceptability of violence [7]. Conducted by several authors [8] research in the field of development of the market for socially responsible investments allow us to distinguish three main stages of this process:

Stage I – the period of the rise of the market for socially responsible investment (Sri), which lasted until the early 70-ies of XX of XX century the First manifestation of socially responsible investing – ethical investment, based on the rejection of investments in certain companies with the purpose of realization of individual moral principles and beliefs.

Stage II – the period of formation of the basic elements of the market of SOYBEANS and its formation (early70s – late 90-ies of XX century). During this period, the purpose of SOI was to achieve maximum compliance with the investment beliefs and attitudes of the investor. The main investors were private individuals, mutual funds (serving private investors and small organizations), and civic and religious organizations .The next important factor that influenced the SOYBEAN development was the creation by the company KLD Research&Analytics in 1990 index Domini 400 Social Index, the first stock index for the SOYBEAN market, which later became the benchmark for most portfolios SOY. Index Domini 400 Social Index was created based on the S&P 500 index from which were excluded 250 companies that do not meet social and environmental criteria, and added 150 companies . In 2007, the SOYBEAN market volume reached 7 trillion. and is currently represented in more than 15 countries around the world – USA, Europe (UK, Netherlands, France, Italy,Belgium, Denmark, etc.), Canada, Australia and New Zealand, Japan and several developing countries.

Stage III – the period of dynamic development of the market of SOYBEAN (beginning of the XX I century).Since the beginning of the twentieth first century begins a new period in the market of SOYA associated with the change in the composition of market participants, the emergence of the SOYBEAN mass, common international trend.The development of the regulatory infrastructure in the field of SOYBEANS also contributed to its spread. In 2001 in the UK, changes were made to the 1995 law "On pensions", which establishes the obligation of pension funds to officially announce the adoption of a policy of SOYBEANS or rejection of such. Similar amendments in respect of pension, investment funds and other financial institutions were adopted in the United States, France, Australia, Germany, Sweden, Belgium, USA, Norway, Austria, Italy.

At the present moment the structure of the market of SOYBEANS presented in the main financial instruments of the securities market – stocks, bonds, securities investment funds etc. the Share of other instruments is negligible and mainly associated with community investing microfinance, venture investment, banking services.

In conclusion, it should be noted that today it is necessary to raise questions about the inclusive (incorporates) the development of the financial sector and on the process of interpenetration of "Christian" and Islamic Finance. It is important that "ethics" ("Christian" and Islamic) Finance claim social justice, the eradication of poverty and give particular importance to the issues of redistribution of wealth and meet the needs of all members of society. The emphasis on creating wealth through the implementation of the concepts of "social capital" and the innovative use of financial mechanisms and structures will allow, in our opinion, contribute to the emergence of new forms of governance that are socially, culturally and economically inclusive.

Bibliography

1. Kinder P.D. Socially Responsible Investing: An Evolving Concept in a Changing World. – Boston, Mass.: KLD Research&Analytics, Inc., 2014.
2. Ibraeva M. Islamic nuances // Millionaire. 2016. No. 26-28. The current analysis of the market of Islamic Finance from the company Oxford Analytica.- URL <http://Islamic-finance.ru/board/2-1-0-7>
3. Islamic Finance: an overview. Presentation for the conference "Islamic banking: the nature and perspectives of Russian financial market", the hall of the MICEX, April 23, 2014 – M., 2014.
4. Bliz George. About the successes and challenges of Islamic Finance // The Economist. 2016. No. 8596. Bechtereva K. B. Socially responsible investing in the securities market: a retrospective and trends // // Finance and credit. – 2016. – № 21(357). – P. 157.
5. Chaldayeva L. A., Kilyachkov A. A. the securities Market. M.: Yurayt. 2010.
6. P. Trunin, M. Kamenskikh, M. Muftakhetdinova Islamic financial system: current state and prospects of development. M.: IET. 2016
7. Chaldayeva L. A., Kilyachkov A. A., Dydykin A.V. Residual risks: definition, description and methods of reduction. "Finance and credit" № 28, 2016, Pp. 16–23
8. P. Trunin, M. Kamenskikh, M. Muftakhetdinova Islamic financial system: current state and prospects of development. M.: IET. 2014.

доходов и расходов) в отдельности. Формат информационных отчетов в соответствии с требованиями USALI составляется таким образом, чтобы обеспечивать удобство чтения, необходимую аналитичность, сопоставимость фактических и плановых (бюджетных) показателей и бюджета, данных за текущий отчетный период и информации, накопленной с начала года.

Для более эффективного функционирования и более точного отражения реального финансового состояния и бухгалтерского учета в компаниях можно предложить следующие альтернативные варианты ведения бухгалтерского учета:

- составить и утвердить график документооборота, который на данный момент в организации отсутствует;
- обеспечить внутренний контроль за учетной политикой, ее дополнением и изменением службами внутреннего аудита или ревизионной комиссией.
- внедрить систему управленческой отчетности по центрам доходов и расходов,
- при составлении бюджета, принятии решений по вопросам системы бюджетирования, утверждении бюджета гостиницы и контроля за его исполнением создать оперативный орган, называемый бюджетным комитетом.
- процесс бюджетирования предлагается закрепить в отдельном локальном документе, «Регламент процесса бюджетирования».
- ежемесячно анализировать отклонения между фактическими и бюджетными данными как за конкретный месяц, так и нарастающим итогом с начала года. Выявленные отклонения необходимо доводить до сведения руководителя центра ответственности для принятия необходимых корректирующих действий в процессе работы.

Специфика учета в гостинице в первую очередь заключается в том, что большая часть бухгалтерской информации рождается и частично обрабатывается инженерно-техническими и вспомогательными службами гостиницы. Такие службы обязаны вести оперативный учет, данные которого должны своевременно передаваться в бухгалтерию, окончательно там группироваться и обрабатываться. От оперативности и достоверности такого учета зависит правильность и своевременность отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете гостиницы и, соответственно, правильность исчисления и уплаты налогов. В частности, от данных оперативного учета служб размещения, бронирования и продажи номерного фонда зависит правильность определения выручки от реализации гостиничных услуг и отражения в учете полученных авансов.

Администрация. Отчет по этому подразделению будет содержать сведения об основных общехозяйственных расходах, которые относятся к деятельности всего отеля в целом и не могут быть однозначно отнесены к какому-либо центру расходов гостиницы.

Отдел маркетинга. Отчет, по данному центру ответственности отражает информацию по всем расходам, связанным с продвижением услуг гостиничных предприятий на рынке. Отчет предлагается разделить на три составные части: продажи; реклама и продвижение на рынке; гонорары и вознаграждения. В первой части следует группировать расходы, относящиеся к текущей деятельности этого структурного подразделения. Во вторую часть объединены статьи расходов, характеризующие средства продвижения отеля на целевой рынок. В третьей части собраны специфические маркетинговые расходы, такие, как гонорары и вознаграждения, способствующие продвижению гостиничных услуг.

Техническая служба. Отчет по этому подразделению определяет значимые или потенциально значимые расходы, которые целесообразно анализировать при оценке величины и обоснованности расходов на техническую поддержку гостиницы. Главной статьёй в этом центре расходов будут коммунальные расходы. В отчете по данному центру ответственности предлагается собирать и анализировать наиболее существенные и важные в аналитическом смысле статьи коммунальных расходов, которые могут дополняться либо перегруппировываться в зависимости от появления или исчезновения тех или иных статей.

Отдел кадров. Данный центр расходов выделен для анализа дополнительных расходов, связанных с содержанием персонала. К таким расходам предлагается относить затраты на обучение, лечение, материальное поощрение штатных работников гостиницы. Как показало исследование, доля указанных расходов, отраженных по данному подразделению являются доминирующими в гостиничном бизнесе.

Бухгалтерия, где ведется учет фиксированных или не зависящих от деятельности предприятия налогов и сумм амортизационных отчислений. Отчет этого центра расходов представляет собой номенклатуру статей, включающих налоги, уплачиваемые гостиницей, базой для расчета которых является стоимость имущества, находящегося в собственности гостиницы (налог на имущество, налог на землю), а также начисляемые суммы амортизации по долгосрочным активам.

С учетом общепринятой модели принятия управленческих решений и в соответствии с основным принципом USALI формирование управленческой отчетности производится по каждому центру ответственности гостиницы (центру

Řízení lidských zdrojů

Aisholpan Bekenova
Scientific director: Asem Zhakipova,

OPTIMAL WORKING CAPITAL FOR THE COMPANY AND IMPACT OF THE MANAGEMENT OF THE CASH FLOWS

Introduction

Management of working capital refers to management of current assets and current liabilities. Firms may have an optimal level of working capital that maximizes their value. Prior evidence

This study examined the impact of working capital management on firms' performance by using audited financial statements "Maikuben West Holding" corporation and "Ugol dvor" LLP in Kazakhstan for the period of 2014 to 2016. The performance was measured in terms of profitability by return on total assets, and return on investment capital as dependent financial performance (profitability) variables. The working capital was determined by the Cash conversion period, Accounts receivable period, inventory conversion period and accounts payable period are used as independent working capital variables. Moreover, the traditional measures, current ratio are used as liquidity indicators, firm size as measured by logarithm of sales, firm growth rate as measured by change in annual sales and financial leverage as control variables.

A few numbers of research hypothesis can be made in view of the impact of working capital management on firms' performance. In light of the research objective the following discussion will covers the hypotheses that this study will attempt to test.

H1: cash conversion cycle is significant related to financial performance of the firm.

H2: Inventory management (holding periods) have significant impact on firms' financial performance.

H3: The way how receivables are managed has significant effect on the financial performance of firms

H4: Accounts payable periods has significant impact on the financial performance of firms.

The expected results increase the firms' profitability by improving the efficiency of management of working capital components.

Acronyms

Working capital management (WGM)

Cash Conversion Cycle (CCC)

The return on assets (ROA)

Small and medium enterprises (SMEs)

Financial management (FM)

Objective of working capital management (WGM)

According to Gitman (2009) the objective of Working Capital Management (WCM) is to minimise the Cash Conversion Cycle (CCC) the amount of capital tied up in the firm's current assets. It focuses on controlling account receivables and their collection process, and managing the investment in inventory. Working capital management is vital for all business survival, sustainability and its direct impact on performance.

Working capital management is an important area of financial management in every business function. WCM deals with the administration of the liquidity components of firms' short-term current assets and current liabilities (Gitman, 2009). The most important current assets are cash, debtors or account receivables, stock or inventory and current liabilities consisting of creditors or account payables, accrued expenses, taxation liabilities, short-term debt such as commercial bills, and provisions for current liabilities such as dividends declared but not yet paid (Birt et al., 2011).

Cash conversion cycle

Both liquidity and profitability are the core concern of the company's management. Also, profitability is expected to have significant impact on company's cash conversion cycle. Cash conversion cycle might have both positive and negative effect on the company profitability, for instance, while a company with long cash conversion cycle might have higher sales because of long credit term given to trade credit customers, high cost of investment in working capital might decrease profitability as well (Deloof, 2003). Lazaridis and Tryfonidis (2006) find the negative relationship between cash conversion cycle and profitability measured by gross operating profit. The researchers explain this negative result as shorter cash conversion cycle will generate more profit for a company. Nimalathasan (2010) found that, cash conversion cycle and return on assets are negatively correlated also he stated that when cash conversion cycle increases that cause for decrease return on assets. He pointed in his study that an increase in number of days in cash

В соответствии с основным принципом этой системы формирование управленческой отчетности производится по каждому отделу гостиницы (центру доходов или центру расходов) в отдельности, что согласуется с позицией в отношении определения центров ответственности для гостиничного бизнеса. Кроме того, особенностью данной системы является возможность формирования гибкой и мобильной управленческой отчетности, позволяющей оперативно получать информацию для своевременного и обоснованного принятия управленческих решений. Таким образом, представляется возможным процесс адаптации системы USALI к условиям отечественного управленческого учета в гостиничном бизнесе при соответствующей структуре управления гостиницей.

в качестве центров доходов управленческого учета для формирования отчетности с учетом требований системы USALI предлагаются следующие структурные единицы:

Номерной фонд, отчет гостиницы по которому будут формироваться доходы и расходы, относящиеся исключительно к номерам, предназначенным для расселения.

Подразделения, оказывающие дополнительные услуги (тренажерный зал, бизнес-центр, зал для конференций, автостоянка и др.). В отчете по этому центру будут отражаться доходы и затраты, относящиеся исключительно к деятельности структурной единицы «дополнительные услуги». Однако при этом не исключается возможность составления отчета по каждой услуге отдельно.

Отдел по сдаче помещений в аренду: для офисов, для услуг гостям (магазин сувениров, салон красоты, банкомат). Отчет по данному аспекту деятельности предназначен для получения управленческой информации об одном из основных видов получения дохода - от сдачи в аренду офисных или торговых помещений, который может предоставляться в общей сумме или в разрезе конкретных арендных договоров.

Центры расходов отеля непосредственно не участвуют в обслуживании клиентов гостиницы, а осуществляют поддержку производственных отделов. Данные центры не генерируют доходы, а руководство этих отделов отвечает только за контроль над соответствующими затратами и их минимизацию.

При структурировании центров ответственности, осуществляющих расходы мы исходили из необходимости выделения наиболее существенных групп затрат гостиничного комплекса.

В соответствии с данным принципом в ходе исследования были выделены следующие центры расходов:

Главная цель бухгалтерского учета в гостиничном бизнесе – обеспечение руководителя, других сотрудников гостиничного предприятия, контролирующих органов и других пользователей экономической информацией. Информация необходима для того чтобы принимать своевременные важные управленческие решения, касающиеся использования и распределения трудовых, экономических ресурсов, контроля над деятельностью гостиничного предприятия.

Для внешних пользователей цель бухгалтерского учета – формирование информации о финансовом положении гостиничного предприятия: финансовых результатах и их изменениях для широкого круга заинтересованных пользователей.

Особенностью гостиниц является то, что они имеют несколько направлений деятельности, соответственно, и видов выручки от реализации, основной из которых является выручка от сдачи номеров, т. е. реализация непосредственно гостиничных услуг. Современные гостиницы предоставляют своим клиентам целый комплекс услуг. Нередко гостиницы на своем балансе содержат рестораны, бары, сауны, автостоянки и т.д., поэтому в такой ситуации гостиничный комплекс может столкнуться с различными системами налогообложения.

Бухгалтерский учет гостиничного предприятия обеспечивает:

выявление экономической сущности, измерение хозяйственных операций, их запись в учетных регистрах с целью подготовки для дальнейшего использования; обработку учетных данных, их сохранность до определенного момента, затем их обобщение в необходимую полезную информацию (внутреннюю и внешнюю);

передачу этой информации в форме отчетов тем, кому она необходима для принятия решений.

Сплошное, непрерывное документальное оформление хозяйственных операций, их регистрация и обобщение позволяют формировать полную и достоверную информацию об организации, необходимую для подготовки и принятия обоснованных решений на всех уровнях управления, для оценки поведения предприятия на рынке, выявления финансового состояния.

Обобщения требований международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) компании предлагается разработать учетную политику для цели управленческого учета. В данном документе может быть предусмотрен рабочий план счетов, порядок составления и представления отчетности для целей управления, а также формы и сроки обновления такой отчетности, при этом форматы и период обновления должны обладать свойствами изменяемости и оперативности.

conversion cycle even by one day that is associated with a decrease by 5.03% in return on assets of selected listed manufacturing companies in Sri Lanka. Also he has suggested that to managers of selected companies to his study, they can increase their company's profitability by reducing the number of days on inventories conversion cycle and accounts receivable, through his results. Izadi Niya and Taaki (2010) selected a sample composed of the big and small Iranian firms to find empirical evidences about the impact of working capital management on the profitability. The regression results indicated that the cash conversion cycle and return on asset are significantly and inversely related. Additionally, they showed that investment of huge amounts in inventories and accounts receivables decreases the profits. Eljelly (2004) also reports significant negative relationship between the liquidity level and profitability in companies with long cash conversion. Base on the prior empirical studies, the researcher expect profitable company to have effective working capital management which results in the shorter cash conversion cycle.

Hypothesis is formulated as follows:

H1: cash conversion cycle is significant related to financial performance of the firm.

In contrary, Jeng-Ren, et al. (2006) find the significant positive relation between the net liquid balance as a measure of working capital management and firm performance measured by return on assets. They find that high profit companies tend to have more working capital balance as a result from using conservative policy. In addition, the result with another measurement, working capital requirement, point out the positive relation which suggest that companies have inefficient working capital management which leads to high account receivable and inventory balance.

Average number of days inventory

An economic evaluation of a firm's performance to provides financiers an inspiration of how lengthy it gets a business to revolve its stock into sales. Usually, the lesser the number of day's the good for firm. However, it is essential to keep in mind that the average inventory is change according to firm to firm and industry to industry. Lazaridis and Tryfonidis (2006) find the negative relationship between number of day's inventories and gross operating profit but it is not in significant level. Samiloglu and Demirgunes (2008) conduct the study to examine the effect of working capital management on company profitability of listed manufacturing companies in Istanbul Stock Exchange for the period from 2010 to 2016. Cash conversion cycle, accounts receivable period and inventory period are used to measure the effects of working capital management; return on assets is used as a profitability measure. Results from regression analysis show that profitability has a significant negative relation inventory period. Deloof

(2003) found a significant negative relation between gross operating income and number of day's inventories. This explains that an increase of the inventories is an affect from a decrease in sales which leads to lower profit for the companies. Another research by Boisjoly (2009) found an increase of inventory turnover over a period of fifteen years that indicates that companies have improved their inventory management. To manage inventory, there are several manufacturing operating managements to apply, such as; just-in-time procedures, make-to-order procedures, lean manufacturing initiatives to improve their operating processes, quality programs to reduce number of parts and supplier rationalization to reduce number of suppliers (Boisjoly, 2009). Şamiloğlu and Demirgüneş (2008) findings of the study show that inventory period affect firm profitability negatively. García-Teruel and Martínez-Solano (2007) the return on assets (ROA) is used as a measure of profitability, and the number of days accounts receivable, number of days inventories, number of days accounts payable and cash conversion cycle are used to measure working capital management. The correlation matrixes demonstrate that the return on assets has the significant negative relationship with number of day's inventory. With the advantage from inventories, companies tend to perform better in managing their working capital and have the shorter inventory conversion period.

Hypothesis 2 is formulated as follows:

H2: Inventory management (holding periods) have significant impact on firms' financial performance.

Average number of day's receivable

Sales are made on credit and recovery of the payments of these sales in the period is called number of day's receivable. The accomplishments of business greatly depend lying on the capability of financial managers to control cash conversion cycle (Filbeck and Krueger, 2005). Organization can minimize firm's debt cost and raise the capital for obtainable ventures through reducing the amount of short term resources. If the firm have more current assets so that it directly affect the profitability. Lazaridis and Tryfonidis (2006) find the negative relationship between number of day's accounts receivables and profitability measured by gross operating profit. This negative result demonstrated that companies can increase their profitability by decreasing credit term giving to their customers. DeLoof (2003) find the significant negative relation between the average number of days accounts receivable and gross operating income as a measure of profitability. Boisjoly (2009) provide the evidence that companies have focused on improving the management of accounts receivable as their accounts receivable turnover increase over the 15 year time period for 1990-2004. Several techniques can be applied such as strengthen their collection procedures, offer cash discount and trade credit, and

Байдаирова К.Б., Абжанова Д.Т.
АО "Финансовая Академия", Казахстан

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Развитие сферы гостиничного хозяйства и туризма приобретает особое значение для экономики Казахстана. Стимулирующее влияние на развитие отрасли позволяет увеличивать валютные поступления за счет развития въездного туризма, повысить эффективность использования природного и историко-культурного потенциала страны. Казахстанский гостиничный рынок существенно оживился после победы Казахстана в тендере на право проведения международной выставки «EXPO 2017».

Для разработки эффективной государственной политики развития государственным и местным органам самоуправления необходима объективная информация о состоянии сферы гостиничного хозяйства, а субъектам туристической индустрии - для определения стратегии и тактики действий на рынке. В этом контексте повышается роль информационного обеспечения управления предприятиями гостиничного хозяйства, которое формируется в системе бухгалтерского учета и аудита. Качественное информационное обеспечение на сегодня является одним из важнейших и самых сложных задач экономической науки, что связано с несовершенством существующей научно-методической базы формирования информационных ресурсов управления гостиничными предприятиями.

С развитием научно-технического прогресса усиливается материально - технический аспект услуги, а главное увеличивается спрос на различные услуги со стороны населения, сегодня характеризуются как: работа, процесс, стоимость, результат, деятельность, благо, отношение, мероприятие.

Определяя сущность услуги, по ключевым словам, мы установили, что ими являются: работа на заказ, процесс неосознанных действий, особая потребительская стоимость, процесс трансформации состояния объекта, результат взаимодействия исполнителя и потребителя, производственная деятельность, нематериальное благо, отношение общественного труда, мероприятие или выгода, которую может предоставить производитель потребителю.

improve the professional level of auditors, the state is responsible for compliance with legal provisions and the general rules. For this and needs government supervision [4, p.34].

This question is quite important not only for Kazakhstan, he was seriously both theoretical and practical development in most of the leading countries of the world. Since the audit results are the basis for many economic decisions, audit activities rather strictly regulated in all countries. As the recent events in the US, the lack of control by the state in relation to the activities of audit firms nearly led to the collapse of the stock market and brought billions in losses for shareholders of a number of leading US companies.

To improve the audit system of the main directions for the medium term are:

- The introduction into the curricula of secondary and higher education institutions and study of ISAs ability of their application in practice;
- Development and improvement of the system of professional practicing auditors accredited professional auditing organization;
- An effective system of state supervision over compliance with legislation on audit activity.

Also, in cooperation with the professional community need to work to enhance the prestige of the auditing profession through briefings, "round tables", with warning through the media. Similar activities will interest and attract young people, as there is currently demand in audit services increases dramatically, which will also decide the issue of selection of suitable personnel staff.

Described improvements to the audit will provide the framework for further development of the audit profession. It should be noted that a balanced approach by the government would achieve the desired level of balance as in the relations between the state and the audit community, and in the relationship between themselves accredited professional auditing organizations that will be involved in auditing activities regulatory process that will serve the further positive development of the audit profession in the Republic of Kazakhstan.

Literature:

1. D.O Ablenov Basics of the audit: Textbook. - Astana: Folio, 2008. - 448 c.
2. D.O Ablenov Financial control and an in-depth audit of the theory, methodology, practice: Textbook. - Almaty: "Economy", 2007. - 608 c.
3. EO Nurseitov Accounting organizations. Tutorial - Almaty: LEM Publishing, 2006 - 472 p.
4. Sharipov AK Audit: textbook. - Almaty: Economics, 2010. - 288 p.

use receivables factoring (Boisjoly, 2009). Samiloglu and Demirgunes (2008) conduct the study to examine the effect of working capital management on company profitability of listed manufacturing companies in Istanbul Stock Exchange for the period from 2010 to 2016. Cash conversion cycle, accounts receivable period and inventory period are used to measure the effects of working capital management; return on assets is used as a profitability measure. Results from regression analysis show that profitability has a significant negative relation with accounts receivable period. García-Teruel and Martínez-Solano (2007) examine effects of working capital management on profitability of 8,872 small and medium enterprises (SMEs) in Spain for the period from 1996 to 2002. The return on assets (ROA) is used as a measure of profitability, and the number of days accounts receivable, number of days inventories, number of days accounts payable and cash conversion cycle are used to measure working capital management. The correlation matrixes demonstrate that the return on assets has the significant negative relationship with number of day's accounts receivable.

Raheman and Nasr (2007) the results report that profitability has significant negative relation with accounts receivable as a measure of liquidity. Furthermore, there is a negative relationship between average collection period and profitability found by Alipour (2011). Also Şamiloğlu and Demirgüneş (2008) findings of the study show that accounts receivables period affect firm profitability negatively. Base on the prior studies and discussion, hypothesis 3 is proposed as follows:

H3: The way how receivables are managed has significant effect on the financial performance of firms

Average account payable

Arnold (2008 pp.479-482) described that account payable is the cheapest and simplest way of financing an organization. Accounts payable are generated when a company purchases some products for which payment has to be made no later than a specified date in the future. Accounts payable are a part of all the businesses and have some advantages associated with it e.g. it is available to all the companies regardless of the size of the company and earlier payment can bring cash discount with it. Companies not only need to manage their account payables in a good way but they should also have the ability to generate enough cash to pay the mature account payables. García-Teruel and Martínez-Solano (2007) examine effects of working capital management on profitability of 8,872 small and medium enterprises (SMEs) in Spain for the period from 1996 to 2002. The return on assets (ROA) is used as a measure of profitability, and the number of days accounts receivable, number of days inventories, number of days accounts payable and cash conversion cycle are used to measure working capital management. The correlation

matrixes demonstrate that the return on assets has the significant negative relationship with number of day's accounts payable. The study of Deloof (2003) shows a negative relation between average number of day's accounts payable and profitability which indicates that profitability has an effect on accounts payable policy as a company with less profit takes longer payment period. In the case for Belgian companies, suppliers offer their customers substantial discount for the cash payment customer which lead to increasing profit of the company (Deloof, 2003). In the study of Boisjoly (2009), the result shows an increase in account payable turnover over the 15 year time period which is contrary to expectation as large companies have extended their payment period to suppliers from 45 to 60 days or 60 to 90 days. The explanations are that only few companies succeeded in increasing their payment terms, increasing in amount of accounts payable or decreasing in fund for working capital (Boisjoly, 2009). Nuru Mohammed (2011) there is a negative relationship between accounts payable period and profitability measures; however, except for operating profit margin this relationship is not statistically significant.

Therefore, more number of day's accounts payable is considered better for shorter cash conversion period (Lantz, 2008, p. 116), hypothesis 4 can be stated as follows:

H4: Accounts payable periods has significant impact on the financial performance of firms.

In contrary, Lazaridis and Tryfonidis (2006) explain significant positive relationship between gross operating profit as a measure of profitability and number of day's accounts payable. The researcher explain this positive significant result as a company delays its payment which affects the higher level of working capital and use to increase its profitability which less-profit companies would make use of this to delay their payment.

We believe that for optimization of working capital, profitable and liquidity measure need to be controlled, and cash management must be regulated by the Miller-Orr and Baumol model.

Biography:

1. Afza, T. and Nazir, M., (2007). "Is it better to be aggressive or conservative in managing working (P) Ltd. 3, no2, 2007.
2. Agyemang Badu Ebenezer & Michael Kwame Asiedu (2013). International Journal of Business and Social Research (IJBSR), Volume -3, No.-2, Ahsen, S., Faisal, M. H., & Muhammad, N. H. (2011). Working Capital Management and Profitability: Evidence from Akinlo, Olayinka Olufisayo,

(hereinafter - the Law) of 20 November 1998, adopted May 5, 2006 amendments, the Law of RK "On mandatory insurance civil liability of auditors and audit organizations" of 13 June 2003, as well as the normative legal acts, approved by Order of the Minister of Finance of the Republic of Kazakhstan [2, 5]. But, despite this, the issue of improving the audit profession is one of the more pressing.

In the current economic conditions, customers need a quality audit of the audit, not a formal audit report confirming the accuracy of the financial statements. Therefore, the issue of control over the quality of work of audit firms is extremely important.

In this regard, focus concept in the medium term for the rise of the quality control of audit services and this is the main focus on the development of a qualified audit.

The law provides a set of measures aimed at improving audit quality and public confidence in the audit profession. First of all, we are talking about strengthening the auditing profession, its development of self-regulation, as well as continuing professional development for auditors.

Within the framework of the above objectives, the emphasis will be on training of auditors, their certification and training, protection of the interests of users of financial information, which is, first of all, must be confirmed by a qualified audit, as well as ordering the foundations of the audit institution functioning.

The development of self-regulation of the audit profession is currently being actively discussed in the professional community. The question of enhancing and strengthening the self-regulatory professional organizations, through which the quality control of audit services will be held. There is a need to establish a number of professional organizations that, in fact, serve as a lever for the further development of the audit market [3, p.17].

The main activity in professional organizations should be issues of concern to the professional community and the general public: the state of corporate governance, taxation, the effective transition to the international standards of financial reporting and auditing. And all this must refer to the sphere of activity of self-regulating professional organizations. To this end, the Law provides for a variety of professional auditing organizations, which will create a favorable competitive environment, which in turn will contribute to a proportional increase professionalism and improve the quality of audit services.

The development of the audit profession should be in the public interest, where the cornerstone should be put directly to user interests, and to this end it is necessary to exclude the possibility of its development in the confined space within the interests of auditors themselves. The auditor works for the user to be sure of the information received. This kind of protection, a guarantee of its rights. A guarantee the rights of its citizens - and is a function of the state, which should set clear criteria and rules. If the professional organizations test and

Účetnictví a audit

Zhumaliyeva L.T., Bekzhanova T.K.

CSU of TI named after Sh. Esenov

Republic of Kazakhstan, City Aktau

DEVELOPMENT OF AUDIT ACTIVITY IN KAZAKHSTAN

Today more and more important is the need to ensure the competitiveness of the economy of Kazakhstan in the framework of the tasks the Head of State of Kazakhstan joining the top 50 most competitive countries in the world. In order to implement the planned measures are necessary strategies to ensure rapid transition of the real economy to the international standards of financial reporting and auditing.

Currently, the Law of the Republic of Kazakhstan "On amendments and additions to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on auditing activity", according to which the audit activities carried out in accordance with international auditing standards.

As the domestic and international practice, the demand for audit services has arisen in connection with the following circumstances [1, p.2]

- The possibility of biased information from the administration in the event of a conflict with the users of this information (owners, investors, creditors);
- The dependence of the effects of decisions made on the quality of information;
- The necessity to have special knowledge to verify the information;
- Partial lack of information, access to sources of information users to assess its quality.

All of these conditions have led to the emergence of the social service needs of independent experts with the appropriate training, qualifications, experience and authorization for the provision of such services. This is due to the fact that the availability of reliable information to improve the efficiency of functioning of all interested market participants, and provides an opportunity to assess and predict the consequences of various economic decisions.

Audit in Kazakhstan began in the late 80s, it was then started his first steps auditing organizations. And in 1993 the audit formally cemented his birth with the adoption of the first Law of RK "On Auditing". During this time, the audit has taken its rightful place in the financial market, has proved its right to exist as an institution of the audit.

Currently established sufficient integrity auditing activities regulation system, which is represented by a number of normative legal acts, including the Law "On audit activity"

- “Effect of Working Capital on Profitability of Selected Quoted Firms in Nigeria”, *Global Business Review*, Vol.13, No.3, pp. 367–381, 20112.
3. Akinlo, OlayinkaOlufisayo, “The Effect of Working Capital on Profitability of Firms in Nigeria: Evidence from General Method of Moments (GMM)”, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, Vol. 1, No. 2, pp. 130-135, 2011.
 4. Analysis of Sri Lankan Manufacturing Companies, *Wayampa journal of management*, 1(2):88-98.
 5. Anand, M. and C.P. Gupta, 2002. Working Capital Performance of Corporate India: An Empirical Survey for the Year 2000-2001. *Management and Accounting Research*, January-June 2002.and profitability in Malaysia,” *International Journal of Business and Management*, Vol.5, No.11,
 6. Arnold Glen, 2008, „Corporate financial management“, 4th ed, Pearson education limited.
 7. Arnold Glen, 2008, „Corporate financial management“, 4th ed, Pearson education limited.
 8. Arnold, G., (2008). Corporate financial management. 4th edition. Harlow: Financial Times Prentice Hall Brealey, R.A., Mayers, S.C., Allen, F., (2006). Corporate Finance. 8th edition. New
 9. Bacon.Belgian Firms” *Journal of Business Finance and Accounting*, vol. 30,
 10. Berryman, J. (1983). Small business failure and bankruptcy: A survey of the Literature “*European Small Business Journal*, 1(4), PP 47-59.
 11. Binti Mohammad nor Edi Azhar&NorizaBintiMohdSaad (2010). “Working Capital Management: The Effect of Market Valuation and Profitability in Malaysia”.
 12. Block, S. B., Hirk, G. A., & Short, J. D. (2000). *Fundamentals of financial management*. New Delhi: Dow Jones and Company Chicopee.
 13. Block, S. B., Hirt, G. H., & Short, J. D. (2000). *Fundamentals of financial Management* . USA Dow Jones and company incorporated Chicopee.
 14. Bogden, R.,&Biklen, S. K. (1992). *Qualitative research for education*. Boston

15. Boisjoly, R.P. (2009). The cash flow implications of managing working capital and capital investment. *Journal of Business and Economic Studies*, 15(1), 98-108. Boston, MA: Pearson Education.
16. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2002). *Fundamental of financial management*. Ohio: Sout-west division of Thompson Learning Incorporation.
17. Brooks, C., 2008, „Introductory econometrics for finance“, 2nd ed, Cambridge
18. Bryman, A., & Bell, E., (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 1st edition. Malmö: Liber Ekonomi.
19. Bryman, A., (2008). *Social research methods*. 3rd edition. Oxford: Oxford University Press.
20. *Business Research Papers*, 2(2): 45-58.
21. Capital policies,” *Journal of Financial and Strategic Decisions*, Vol.11, No.2, pp.11-13
22. Capital,” *Proceedings of Singapore Economic Review Conference (SERC)*, August 01-04, pp.97-98
23. Chittenden, F., Poutziouris, P., & Michaels, N. (1998). *Financial Management and WC practices in UK SME's*. Manchester : Manchester business school.
24. Cote, J.M. and C.K. Latham, 1999. The merchandising ratio: A comprehensive measure of working capital Strategy. *Issues Account. Educ.*, 14(2): 255-267.
25. David M. Mathuva, “The influence of Working Capital Management Components on Corporate Profitability: A Survey on Kenyan Listed Firms”, *Research Journal of Business Management*, Vol.4, No. 1, pp. 1-11, 2010.

повседневную практику необходимо внедрять новейшие технологии по распространению информации об экспортных возможностях Беларуси и ее достижениях» [5]; о том, что «наиболее эффективный инструмент в борьбе за рынок – это не административные меры, а высокое качество отечественной продукции, широкий ассортимент и конкурентная цена, а также грамотное позиционирование товара на рынке и его реклама» [6]; о том, что пора усилить работу «по информационному обеспечению экспорта, внедрению в повседневную практику новейших технологий распространения информации о наших возможностях и достижениях» [7]. Надо полагать, что решению всех этих вопросов и будет способствовать развитие интернет-рекламы в Беларуси.

Литература

1. Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic07/text814.htm>
2. Шумаков, Н.В. Тенденция развития рынка интернет-рекламы в Беларуси / Н.В. Шумаков // Молодой ученый. – 2016. – №2. – С. 644-647.
3. Обзор рекламного рынка Беларуси в 2015 году. Прогнозы на 2016 год [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://marketing.by/analitika/obzor-reklamnogo-rynka-belarusi-v-2015-godu-prognozy-na-2016-god/>
4. Директор Zenith Optimedia: “Рекламные деньги идут туда, где есть аудитория” [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://slovodelu.by/articles/direktor-zenith-optimedia-reklam/>
5. Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6518>
6. Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6579>
7. О рабочем совещании руководства Совета Министров Республики Беларусь с руководителями белорусских дипломатических представительств и консульских учреждений [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: http://mfa.gov.by/press/news_mfa/e9485f13f1089754.html

одним из самых эффективных рекламных средств по соотношению затрат и результата. Иными словами, активное развитие интернет-рекламы в условиях белорусской экономической ситуации обусловлено ростом активности и объема интернет-аудитории, невысокой стоимостью размещения или распространения такой рекламы по сравнению с другими медианосителями. Красноречивой иллюстрацией к этому выводу могут служить итоги 2015 года, когда белорусский медиарынок в целом уменьшился на 35 процентов, а в денежном выражении общий объем рынка сократился со 116,3 миллионов долларов в 2014 году до 75,9 миллионов долларов.

В этих условиях динамика рынка интернет-рекламы осталась достаточно оптимистичной: «Если в 2010 году доля интернета в общем объеме рекламных затрат составляла только 8%, то сейчас эта цифра увеличилась до 22% и продолжает расти. Всего же рост интернет-рекламы в 2015 году составил 16% (для сравнения: в 2014 году рост составил 28%, в 2013-м – 52%), что в денежном выражении составляет \$16,7 млн» [3]. В итоге затраты на интернет-рекламу в Беларуси уже уверенно вышли на второе место по объему после телевидения. Но, если в 2010 году расходы на телевизионную рекламу опережали интернет-рекламу в восемь раз, то в 2016 году – всего лишь в 2,7 раза. И прогнозы здесь такие: «Рекламный рынок в Беларуси вырастет в 2017 году всего на 2%. Незначительное восстановление рынка почувствуют в основном электронные СМИ – ТВ-каналы и интернет-ресурсы, которые претендуют на значительную долю денег рекламодателей» [4].

Для Беларуси позитивная динамика роста объемов интернет-рекламы важна и по другим причинам, в числе которых следует выделить тему продвижения белорусской экспортной продукции за рубежом. Еще в Концепции развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года отмечалось, что «серьезной проблемой является ситуация, при которой большинство отечественных производителей недооценивает значимость рекламы для продвижения на рынке товаров и увеличения товарооборота: рекламные кампании не планируются, реклама осуществляется стихийно, недостаточно используются малозатратные виды рекламы – <...> в интернете, эффективность рекламы не анализируется» [1]. Похоже на то, что с годами в данном вопросе мало что изменилось, так как и сегодня постоянно на заседаниях белорусского правительства звучат слова: о том, что «самого пристального внимания заслуживает работа по информационному обеспечению экспорта. В

Антонова И.И., Магомедов Ш.Г., Сумкин К. С.
Московский технологический университет (МИРЭА)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Для развития социально-ориентированного государства использование информационных технологий в государственном и муниципальном управлении может сыграть ключевую роль, ведь использование информационных технологий имеет огромное значение для повышения конкурентоспособности экономики и повышения эффективности работы органов государственного управления и местного самоуправления.

В последние десятилетия началось активное формирование и использование новых подходов к определению и процессам управления информационными технологиями. Если ранее под управлением информационными технологиями понимали управление инфраструктурой, то в современных условиях использование системы информационных и коммуникационных технологий требует формирования соответствующей базы как на государственном уровне, так на уровне региональной и местной власти [1-7]. При этом обязательно необходимо учитывать, что нормативно-правовые акты нуждаются в постоянной корректировке в связи с изменением информационных процессов, сферой их деятельности, а также со степенью их значимости для социально-экономического развития [8-10].

В соответствии с основными направлениями административной реформы приоритетами использования информационных технологий в сфере государственного и муниципального управления являются возможности и преимущества использования информационных технологий в государственном управлении такие как:

- 1) определение рейтинга проблем граждан по каждому городу, области, региону и т.д.;
- 2) определение рейтинга качества работы органов государственной и муниципальной власти с населением;

3) улучшение качества работы органов государственной и муниципальной власти с населением (своевременность и объективность);

4) борьба с коррупцией за счет автоматического контроля системы за процессом решения проблемы каждого отдельного гражданина;

5) независимо от размеров страны можно осуществлять оперативный контроль и принимать своевременные решения на основании информации и рейтингов Единого информационного центра;

6) высшие должностные лица государства смогут получать рейтинг любого чиновника, органа государственного и муниципального управления, статистическую информацию по заявкам граждан, число ответов, отказов и т.д. в любой момент времени и эта информация будет самой полной и актуальной за счет постоянного автоматического обновления. За всеми процессами можно наблюдать на мониторе компьютера, не прилагая никаких усилий.

Информационные технологии позволяют реализовывать маркетинг на государственном уровне, максимально учитывая проблемы каждого отдельного человека. Объективное выявление рейтинга проблем играет важную роль в оценке деятельности региональных и местных уровней власти. Тем более, способствует объективной оценке положительных и негативных тенденций, которые складываются в том или ином регионе. Информационные технологии делают такую оценку независимой от информации, которую предоставляет местная власть, что весьма важно для руководства государства. Это помогает более эффективно контролировать все процессы и своевременно предотвращать негативные тенденции.

Литература:

1. Назаренко М.А., Алябьева Т.А., Дзюба С.Ф. и др. Изменение организационной культуры вузов при переходе на ФГОС ВПО // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований — 2013. — № 7. — С. 187–189.

2. Назаренко М.А., Белолоптикова А.И., Лысенко Е.И. Вычислительные комплексы и системы — терминальные системы в рамках ФГОС ВПО // Успехи современного естествознания — 2013. — № 6. — С. 158–159.

Залесский Б.Л.

Белорусский государственный университет

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В БЕЛАРУСИ

Одной из основных тенденций развития современного мирового рекламного рынка является усиление позиций интернет-рекламы. Это объясняется тем, что сегодня интернет в целом, хотя и остается вторым по объему медиа после телевидения, однако разрыв этот стремительно сокращается. Более того, в 2017 году интернет станет крупнейшим по объему рекламных инвестиций медиа на 12 крупнейших мировых рекламных рынках, которые вместе составят 28 процентов общемировых расходов на рекламу. Достаточно сказать, что в настоящее время глобальная сеть является уже крупнейшим медиа в Австралии, Канаде, Дании, Нидерландах, Норвегии, Швеции, Великобритании. А в 2017 году к ним, судя по темпам развития, должны присоединиться Китай, Финляндия, Германия, Ирландия, Новая Зеландия.

Весьма высокими темпами интернет-реклама в последние годы стала развиваться и в Республике Беларусь, хотя еще в 2009 году этот сегмент даже не выделялся отдельно в структуре белорусского рекламного рынка, где «в первом полугодии 2009 года реклама на телевидении составляла 32 процента, наружная реклама – 20 процентов, реклама в прессе – 16 процентов, иная реклама – 32 процента от общего объема рекламных услуг» [1]. Но уже по итогам 2014 года Беларусь вместе со Словенией и Ирландией вошла в первую тройку стран Европы по темпам роста рынка интернет-рекламы. Объективности ради отметим, что, хотя инвестиции в белорусскую интернет-рекламу на одного пользователя из года в год растут, тем не менее «пока они очень малы по сравнению с другими европейскими странами. В 2014 г. этот показатель для Беларуси составил \$4,0. Для сравнения, в России, даже в период кризиса, этот показатель составляет \$36,2» [2, с. 644].

Тенденции роста объемов интернет-рекламы в Беларуси можно объяснить тем, что глобальная сеть в целом как инструмент для рекламы показывает хорошую эффективность, а в условиях нестабильности рынка служит лучшим выбором для проведения рекламной коммуникации, так как является

Определение направлений деятельности в соответствии с утверждением государственной программы Пензенской области «Охрана, воспроизводство и использование природных ресурсов в пензенской области на 2014 - 2020 годы»;

Исследование, с последующим внедрением, энергоэффективных технологий и оборудования для применения в жилищной сфере;

Проведение открытых мероприятий, направленных на повышение осведомленности и участия граждан в реализации государственной программы;

Сотрудничество с общеобразовательными и дошкольными учреждениями для формирования и развития экологической культуры у детей и подростков.

Литература:

1. Постановление Правительства Пензенской области от 12 сентября 2013 года N 681-пП об утверждении государственной программы Пензенской области «Охрана, воспроизводство и использование природных ресурсов в пензенской области на 2014 - 2020 годы» http://uprles.pnzreg.ru/files/les_pnzreg_ru/681-pp_gos_programma_2014-2020gg.pdf (15.03.2017 г.)
2. Малышев А.А. Востребованность в экопродукции населением Пензенской области // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4-3 (48). С. 162-167.
3. Малышев А.А., Ткаченко А.А. Влияние эмоциональных стимулов на поведение потребителей // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2012. № 2. С. 120-138.
4. Малышев А.А. Практика управления эколого-экономической системой в России и Пензенском регионе // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2013. № 4 (28). С. 215-226.
5. Малышев А.А., Солодков Н.Н. Модели международной интеграции и факторы устойчивого экономического роста // Нива Поволжья. 2014. № 4 (33). С. 144-150.
6. Резник Г.А., Малышев А.А. Механизмы экономической мотивации предприятий в условиях устойчивости эколого-экономической системы // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 2. С. 63-68.
3. Назаренко М.А. Взаимодействие школ, вузов и предприятий в подготовке инженерных кадров для экономики Дубны и Подмосковья // Фундаментальные исследования — 2014. — № 5-1. — С. 192–198.
4. Иткис М.Г., Назаренко М.А. Повышение квалификации инженерных кадров ОИЯИ на базе филиала МГТУ МИРЭА в г. Дубне // Современные проблемы науки и образования — 2013. — № 5. — С. 254.
5. Назаренко М.А. Повышение квалификации специалистов по промышленной электронике в области современных информационных технологий // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 176.
6. Акимова Т.И., Мельников Д.Г., Назаренко М.А. Применение принципа постоянного улучшения систем менеджмента качества в учебном процессе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований — 2014. — № 3-1. — С. 126–128.
7. Назаренко М.А. Программа развития образования в Московской области и особенности вступившего в действие законодательства // Современные проблемы науки и образования — 2014. — № 1. — С. 64.
8. Назаренко М.А. Межпредметные связи теории организаций, организационной культуры и кадрового аудита // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований — 2013. — № 10-3. — С. 518–519.
9. Назаренко М.А., Котенцов А.Ю. Анализ организационных структур современных предприятий // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований — 2014. — № 5-2. — С. 143–147.
10. Назаренко М.А., Горькова И.А., Алябьева Т.А. и др. Оценка кадрового потенциала организации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований — 2014. — № 4. — С. 178–179.

Marketing a management

К.е.н. Дідур К.М.

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет,
Україна*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Персонал – найважливіший ресурс, без якого не можливе функціонування та розвиток будь-якого підприємства. Економічна ситуація в сільському господарстві, призвела до того, що більшість підприємств галузі не лише значно зменшили обсяги виробництва та його ефективність, але й посилили процеси вивільнення кадрів, що обумовило потребу в сумісництві посад окремих спеціалістів та фахівців і загострило проблему ефективного використання наявного персоналу.

Залежно від здійснюваних функцій, виділяють дві основні категорії персоналу, які беруть участь у виробничому процесі: управлінський та виробничий (Рис.1.1.). Управлінський персонал – це працівники, котрі виконують в підприємстві специфічні управлінські функції. До цієї категорії відносяться: керівники, спеціалісти та технічні виконавці.



Рис. 1.1. Структура персоналу сільськогосподарського виробництва

Для реализации этого направления, необходимо непрерывное исследование и мониторинг рынка энергоэффективного оборудования, которое может использоваться управляющими компаниями, в частности: светодиодное оборудование, солнечные панели, ветрогенераторы, энергоэффективное остекление жилых и отапливаемых помещений, датчики движения для включения освещения, а также программное обеспечение, которое позволит дистанционно управлять данными системами.

В целях повышения экологической культуры жителей Пензенской области государственной программой предусмотрены мероприятия, направленные на повышение экологической культуры.

В качестве подобных мероприятий можно рекомендовать проведение открытых мероприятий, направленных на повышение осведомленности и участия граждан в реализации государственной программы, нацеленных на снижение образования отходов, сокращение потребления ресурсов, а также повышение экологической грамотности населения [2, с. 162-167].

Примером подобного мероприятия может послужить «День открытых дверей», который включает в себя:

информирование населения о текущей экологической ситуации в Пензенской области [3, с. 120-138];

привлечение внимания граждан к проблемам окружающей среды;

способы решения экологических проблем, опыт других губерний;

значимость и участие отдела экологического менеджмента в сфере экологической безопасности.

чрезвычайные ситуации;

экологическая, радиационная, пожарная, химическая и промышленная безопасность;

образовательные программы, посвященные проблеме отходов.

Преимущества селективного сбора мусора

При этом особое внимание необходимо уделить общеобразовательным и дошкольным учреждениям, поскольку формирование экологической культуры затяжной по временным рамкам процесс, требующий целенаправленного методического подхода.

Таким образом, для развития экологического менеджмента в управляющих компаниях жилищной сферы города Пенза необходима:

Организация структурных подразделений (экологических отделов);

повышение экологической грамотности населения за счет внедрения экологической рекламы;

повышение осведомленности и участия граждан в снижении образования отходов, сокращения потребления ресурсов, а также повышении экологической грамотности населения за счет проведения открытых мероприятий [5, с. 144-150];

исследование и мониторинг рынка энергоэффективного оборудования, а также экономическое обоснование для внедрения выбранных технологий и оборудования для оказания услуг населению города.

Вышеперечисленные направления деятельности полностью соответствуют государственной программе Пензенской области «Охрана, воспроизводство и использование природных ресурсов в пензенской области на 2014 - 2020 годы»

В основу государственной программы включены основные мероприятия по развитию системы обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами, на территории Пензенской области:

- решение первоочередных задач в сфере обращения с отходами (разработка и утверждение территориальной схемы обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами; создание экологически безопасных объектов размещения отходов на территории области; повышение осведомленности населения по вопросам обращения с отходами) [6, с. 63-68];

- создание системы обращения с отходами, основанной на максимальном вовлечении отходов в хозяйственный оборот (строительство мусороперерабатывающих (мусоросортировочных) предприятий с привлечением внебюджетных источников финансирования) [1].

Стоит отметить, что селективный сбор мусора снижает затраты и увеличивает экономическую эффективность при вторичной переработке. Для успешной реализации данного направления необходимо вовлечение и участие населения.

Структурные подразделения, входящие в общую систему экологического менеджмента (экологические отделы) управляющих компаний могут реализовывать программы для подготовки населения к переходу на селективный сбор твердых бытовых отходов [4, с. 115-226].

В соответствии с государственной программой одним из приоритетных направлений в сфере охраны окружающей среды является: обеспечение деятельности по охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов [1].

Джерело: [1].

Керівники – це працівники, що займають керівні посади на підприємстві та в його структурних відділах: директор, головний інженер, головний агроном, головний бухгалтер, головний економіст, начальники цехів, завідувачі, виконроби та ін. За рівнем впливу в системі управління підприємством керівників поділяють на три специфічні групи: керівники нижчої ланки; керівники середньої ланки; керівники вищої ланки.

Найчисельнішою категорією персоналу на будь-якому підприємстві є спеціалісти різного профілю. До спеціалістів відносять персонал, котрий розробляє варіанти господарських рішень, готує і та займається реалізацією конкретних ідей. Вони створюють і запроваджують у виробництво нові ідеї, знання в формі теоретичних і прикладних розробок, а також здійснюють розробку різноманітних варіантів вирішення конкретних управлінських і виробничих проблем, розв'язання яких належить до компетенції керівників. Це бухгалтери, економісти, інженери, їх помічники тощо. В залежності від рівня підготовки розрізняють спеціалістів вищої і середньої кваліфікації.

Окрім спеціалістів та керівників, виділяють технічних виконавців. Це персонал підприємства, котрий відповідає за своєчасну обробку інформації: впорядкування, облік, зберігання, тиражування, пересилку. До цієї категорії відносять операторів, секретарів, експедиторів, касирів та ін.

Управлінська праця є більш складною, ніж праця виробничого персоналу, а отже потребує більш високої кваліфікації та обізнаності справами підприємства. Від рішень керівників та спеціалістів залежить ефективність функціонування підприємства, а тому їх помилки несуть в собі більшу загрозу, ніж прорахунки агрономів чи зоотехніків. Ефективність роботи управлінського персоналу віддзеркалює ефективність роботи всього підприємства.

Управлінська праця в сільському господарстві має свої особливості, які пов'язані зі специфікою галузі та викликані сучасним станом розвитку аграрного виробництва. Такими особливостями є: управлінська праця в аграрному виробництві пов'язана з трансформацією інформації як специфічного предмета праці, тоді як діяльність виробничого персоналу направлена на численні предмети праці та пов'язана з трансформацією предметів праці у продукти споживання; особливістю управлінської праці сільськогосподарського виробництва є її творчий характер, пов'язаний з повсякчасним пошуком і розв'язанням питань, на котрі не можливо відповісти, керуючись лише досвідом;

нинішній стан системи управління в сільському господарстві можна охарактеризувати як співіснування старих і нових форм і методів організації управління. Оскільки всупереч суті економічної реформи, що відбулась на селі – створити клас власників землі і майна, прищепити їм почуття хазяїна в їх ефективному використанні – державою дотримується лінія на відсторонення власників від управління справами підприємства; в сучасних умовах існує положення, за яким формування доходів структурних підрозділів підприємства знаходиться в залежності від кінцевого результату їх діяльності, проте визначення витрат на управління, чисельність персоналу управління орієнтується, як і раніше, на тенденції, які складаються в певний період; однією з особливостей сучасного етапу вдосконалення системи управління є відсутність необхідної єдності нових форм організації виробництва і управління і їх змісту; велика кількість керівників підприємств і спеціалістів кадрових служб, якщо вони взагалі є, мають недостатні професійні знання та досвід роботи з питань управління персоналом, внаслідок чого трудовий потенціал як складова стратегічних ресурсів використовується нерационально, а інколи зовсім неефективно; відсутність суттєвих та значимих змін в структурі управління аграрними підприємствами. Значна питома вага управлінського персоналу свідчить про збереження практично незмінної структури системи управління на підприємствах, і, як наслідок, великої кількості закріплених за ними зон контролю багатьох параметрів виробництва, внаслідок чого жодна сфера діяльності аграрного підприємства не може бути під суворим контролем.

Література:

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навчальний посібник / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук,. – 2-е вид., перероб. й доп.– К.: Кондор, 2005. – 304 с.

Малышев А.А., Патанина М.И.

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЯХ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ ГОРОДА ПЕНЗА.

Ответственная экологическая политика становится все более актуальной не только в федеральных, но и региональных масштабах. Учитывая, что экологический менеджмент осуществляется на различных уровнях, особой стратегической задачей в рамках региональных программ по развитию экологического менеджмента становится их внедрение и развитие в деятельности управляющих компаний жилищной сферы города.

Согласно, государственной программы Пензенской области «Охрана, воспроизводство и использование природных ресурсов в Пензенской области на 2014 - 2020 годы», основной целью государственной политики Пензенской области в области экологического развития является решение социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, реализации права каждого человека на благоприятную окружающую среду, укрепления правопорядка в области охраны окружающей и обеспечения экологической безопасности [1].

Осуществление поставленной цели без единой системы экологического менеджмента не представляется возможным. Развитие системы экологического менеджмента в управляющих компаниях жилищной сферы г. Пенза позволит снизить расходы на энергию, воду, объем отходов, при этом повысит экономические показатели, качество предоставления коммунальных услуг и оптимизировать систему управления в целом.

С целью управления деятельностью системы экологического менеджмента в управляющих компаниях жилищной сферы г. Пенза, можно рекомендовать создание специальных структурных подразделений (экологических отделов), которые будет отвечать за:

кімге, қандай көлемде және ассортименте арналған? Ақпарат басқару субъектісінің әр түрлі тізбегіне, түрлі деңгейдегі басшыларға беріледі; Ақпаратты дер кезінде алуды және оның сенімділігін, оның өтуін бақылауды, дұрыстығын тексеруді қамтамасыз ету жолдары мен тәсілдері; Басқару нысанынан алынатын ақпаратпен жұмыс жасауға арналған орын, әдістер, техникалық құралдар мен адамдар, ақпаратты сақтау, қайта өңдеу және пайдалану тәсілдері, ақпаратты кім пайдаланады; Алынған ақпараттардың негізінде жаңа шешімдер қабылдайтын немесе ескі шешімдерге түзету енгізетін адамдар; Директивтік немесе реттеуші ақпараттың формалары, оны жіберудің мерзімділігі, алушылар мен орындаушылар, орындаушыларға дейін жеткізу мерзімі.

Жаңа ақпараттық технологиялардың көмегімен ақпаратты өңдеудің технологиялық үдерісін ұйымдастыру ақпаратпен қамтамасыз етудің маңызды элементі болып табылады.

Жаңа ақпараттық технологиялар өзіне қамтиды: жергілікті және бөлуші желілер негізіндегі коммуникацияның жаңа технологиялары; мамандандырылған жұмыс орындары негізінде ақпаратты өңдеудің жаңа технологиялары; ақпаратты негізгі таратушы ретінде қағазды жоққа шығаратын технологиялар; жасанды интеллект құралдары - білім қоры, сараптамалық жүйелер, модельдеу жүйелері және т.б. негізінде шешім қабылдаудың жаңа технологиялары.

Список использованной литературы

1. Бердалиев К. Б.; Стратегиялық менеджмент: оқулық. ҚР Білім және Ғылым министрлігі бекіткен. - Электрон. текстовые дан. (4,21 Мб). - Алматы, 2011. - 312 б.
2. Брусов В.И., Н.Н. Лябах, Саткалиева Т.С., Таспенова Г.А. Теория и практика принятия управленческих решений. Москва М. : Издательство..Юрайт, 2014- 279 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс
3. Юкаева В. С. Управленческие решения : учеб. пособие. – М. : Дашков и К°, 2007
4. Смирнов, Э. А. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 264 с. Управленческие решения : учеб. пособие
5. Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 190 с. Управленческие решения (методы принятия и реализации): учебное пособие.

Dulambaeva R.T., Tomashpayeva S.S.

SUPPLY CHAIN RISK MANAGEMENT

This article presents the main trends in supply chain risk management and compares the effectiveness of different models. Over the last decade, when the supply, production and distribution processes began to take place in more than one country, the supply chain between organization and structures with which it is associated lengthens and becomes more complex and expensive. In the context of globalization it is necessary to search effective logistics solutions that would take into account the complexity of supply chain configuration, the geographic scope of business operations, and multidimensional integration of material, information and financial flows.

Logistics system in practice includes a set of diverse elements, whose functioning depends on various factors and entails different types of risks (external and internal). The basic principle of effective logistics is reliability at the both micro and macro levels. It means that any risk in logistics system functioning should be minimized or neutralized. Nowadays risk management is a carefully planned process. The main task of risk management organically involved into the general purpose of improving the organization's efficiency. Ignoring or undervaluing risk possibilities should be replaced by the active management techniques.

Supply chain risk management is the coordinated efforts of an organization to help identify, monitor, detect and mitigate threats to supply chain continuity and profitability. Its functioning requires collaboration and coordination among an organization's sales, marketing, production, development, procurement, finance and IT departments. Threats to the supply chain include faults and failures during all its stages and the choice of management tools is heavily influenced by the distinctive feature of certain stage (picture 1).

The methodology of risk analysis combines two complementary approaches: quantitative and qualitative. Quantitative approach is aimed at measurement of data. This allows generalizations of results from a sample to an entire population of interest and the measurement of the incidence of various views and opinions in a given sample. After all, quantitative research is usually followed by qualitative which aims to explore select findings further. Qualitative approach is considered to be particularly suitable

for gaining an in-depth understanding of underlying reasons and motivations. It provides insights into the setting of a problem. At the same time, it frequently generates ideas and hypotheses for later quantitative research [1].

Supply chain stage	Possible threats	Risk management tools
PURCHASE	The discrepancy of product quality and price. Increase in price of production factors.	Functionally-price analysis. Compliance with budget limitations. Optimization of the transaction conditions (by Pareto).
TRANSPORTATION	Increase of transport costs. Supply schedule violation. Loss or damage of products during transportation.	Delivery route optimization. Dispatching and monitoring. Property insurance. Division of responsibility between the participants.
MATERIAL SUPPORT	Imbalance (mismatch) between delivery volume and needs. Inconsistency in quality of material resources. Deficit or excess of reserves.	Rationing of material resources consumption. Input control. Operational procurement and optimal reserve level maintenance.
IN-PLANT LOGISTICS	Disruption of production cycle.	Inventory management of unfinished production. Preparation of materials for productive consumption.

Picture 1 – Possible risks and applicable management tools in supply chain

After the risk assessment is completed, top-managers should take proactive measures to mitigate findings from the risk analysis. They can choose to accept the risk, mitigate the risk, or transfer the risk by purchasing insurance against the possible loss due to the risk. The best solution is avoiding risks at all, but this is not always possible. Anyway, there should be managed an effective supply chain protection, which includes: basic standards for physical security, access controls, personnel security, education and training, procedural security, information-technology security, business partner security, and conveyance security from the point of origin to final destination [2].

Ақпараттық ауқым - басқарушылық әсерлерді зерттеу үшін басқару органдары пайдаланатын барлық ақпарат түрлерінің белгілі бір нышандар бойынша реттелген жиынтығы. Ақпарат ауқым құру мақсаты – ақпаратты оңтайлы жүйелендіру, шешелітен міндеттердің ерекшелігіне сәйкес оның басқару деңгейлері бойынша дұрыс бөлу есебінен басқару тиімділігін арттыру. Ақпараттық ауқым қамтамасыз етуі тиіс: тұтынушылардың сақталып жатқан ақпараттарды тікелей алуын және оны бірнеше рет пайдалану мүмкіндігін; барлық деңгейдегі басқару органдарының ақпараттық сұраныстарын барынша толық қанағаттандыруды; жедел іздестіруді және сұрату бойынша ақпарат беруді; ақпаратты бұрмаланудан сақтауды; ақпаратты рұқсатсыз алудан қорғауды.

Ақпарат ағыны дегеніміз - ақпараттың дереккөзден тұтынушыларға қарай мақсатты түрде жылжуы. Ақпарат ағындарын оңтайландырудың ақпараттың қайталануын болдырмау, оның жүріп өтетін бағытын барынша азайту және басқару органдары арасында ақпаратпен тиімді алмасуды қамтамасыз ету сияқты мақсаты болады.

Ақпараттық ағын нақтылықпен (ақпарат көзі мен ақпаратты тұтынушының болуымен), ақпарат көзінен тұтынушыға дейін жеткізу режимімен (регламенімен) және берілген ақпараттың көлемімен сипатталады. Жіберу режимі бойынша ақпарат тұтынушыға мәжбүрлі түрде, белгіленбеген уақытта және сұрату бойынша келіп түсетін, сондай-ақ күнделікті, декадалық, айлық, тоқсандық, жылдық болып бөлінеді.

Ақпарат көлемі - ақпараттың шартты бірліктерімен (биттер, сөздер, хабарламалар, таңбалар, әріптер, парақтар және т.б.) өлшенетін сандық сипаттама. Ақпараттың көлемі басқару органдарындағы ақпараттың көптігін анықтау, басқарушылық процедураларды автоматтандыру жөнінде шешімдер қабылдау үшін қолданылады.

Алынатын ақпараттың құндылығы қойылған міндеттің нақтылығына тікелей байланысты, себебі дұрыс қойылған міндет шешім қабылдау үшін нақты ақпараттың қажеттігін анықтайды. Басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін білу керек: Басқарушылық шешім қабылдау үшін қандай бастапқы ақпарат керек екендігін? Шешім қандай ақпараттық құжаттарда ресімделеді? Бастапқы директивті ақпарат орындаушыларға, басқару нысандарына дейін қандай тәсілдер арқылы жеткізіледі? Басқару органына басқарылатын нысанның әр түрлі учаскелерінен шешімді орындау нәтижелері мен барысы туралы қандай ақпарат берілуі тиіс? Ақпаратты кім, қандай уақытта және қандай жағдайларда беруі тиіс? Ақпарат қалай ресімделеді, қандай тәсілдермен және қандай арналар арқылы беріледі? Ақпарат

көбіне әр түрлі ақпараттардың сапасымен анықталады. Шешім қабылдаған кезде пайдаланылатын ақпараттардың барлық түрін шартты түрде келесілерге бөлуге болады:

- нысан бойынша— тауарсапасының көрсеткіштері, оның ресурсты қажетсінуі, нарық инфрақұрылымының параметрлері, өндірістің ұйымдық-техникалық деңгейі, ұжымның әлеуметтік дамуы, қоршаған ортаны қорғау және т.б.;

- менеджмент жүйесінің қосалқы жүйесінетичесілігі бойынша - белгілі бір мақсатқа арналған қосалқы жүйе, жүйені ғылыми негіздеу, менеджмент экономикасы, қосалқы жүйенің функционалдық және қамтамасыз етушілігі, жүйенің сыртқы ортасы, қосалқы жүйенің басқарушысы бойынша ақпарат;

- жіберу формасы бойынша- ауызша және таңбалы ақпарат;

- уақыттың өзгеруіне байланысты - шартты-тұрақты және шартты-өзгермелі (қысқа мерзімді);

- жіберу тәсілі бойынша - спутниктік, электронды, телефон арқылы, жазбаша;

- жіберу режимі бойынша - белгіленетін мерзімде, белгілі бір мерзімде сұрау салу және мәжбүрлеу бойынша;

- қолданысы бойынша - экономикалық, техникалық, әлеуметтік, ұйымдық және т.б.;

- тауардың өмірлік кезеңінің сатысы бойынша - стратегиялық маркетинг, ҒЗТҚЖ, өндірістің ұйымдық-технологиялық дайындығы және тауарды есептен шығарудың басқа да сатылары;

- басқару нысанының субъектіге қатынасы бойынша - фирма мен сыртқы орта арасында, фирма ішіндегі сатылас және деңгейлес бөлімшелер арасында, басшылар мен орындаушылар арасында, ресми емес коммуникациялар.

Ақпарат келесі аспектілердеберілуі мүмкін: семантикалық (яғни, оның мағынасы мен мәні); аксиологиялық (яғни, оның құндылығы); симеотикалық (яғни, оның таңбалылығы); коммуникативтік (яғни, жүйедегі ақпараттық байланыстар); теориялық-көрсеткіштік (яғни, ақпаратты көрсету тәсілі (БАҚ)); гносеологиялық (яғни, танымдық); себепті (яғни, ақпаратты берудегі себеп-салдарлық қатынас); сандық (яғни, оның өлшемі); физикалық (яғни, оның формасы (кітаптар, дискеталар және т.б.)); ақпараттың сапасына келесідей талаптар қойылады: өзектілік; сенімділік; толықтық; деректілік; кешенділік; тұрақтылық; құқықтық дұрыстық; пайдаланудың дүркіндігі; жинаудың, өңдеудің және жіберудің жоғары жылдамдығы; кодтау мүмкіндігі.

The most commonly used risk management technique is a risk prevention based on forecasting. The forecast accuracy depends significantly on baseline data: amount of information, degree of data aggregation, demand variation (presence or absence of trend, seasonality), current phase of the lifecycle and other factors determined by the long-term dynamics. There are many different forecasting methods and manager should choose the most appropriate one and build plans according to it.

Another one planning technique is a question positioning. It helps to consider different situations and thereby prompts to get ready for them. As a part of complex planning process, question positioning is included in other management conceptions, for example, in PDCA cycle (Deming cycle). PDCA (plan-do-check-act) is an iterative four-step management method used in business for the planning, control and continual improvement of processes and products.

Risk mitigation mechanisms frequently use graphical representations. Process mapping is a workflow diagram to bring forth a clearer understanding of a process or series of parallel processes. The most useful among them are: Deming's Total Quality Management model, International Standard Organization criteria, Goldratt's Theory of Constraints, Balanced Score Card [3].

Risk management focuses not only on the risk mitigation. Risk treatment is the process of identifying opportunities for treatment and control. The goal of this activity is finding ways to reduce or eliminate negative consequences and reducing the occurrence of negative probability. Risk treatment activities also aim to strengthen positive outcome of business processes. Taking profit from the risk cannot be achieved without involving all the members of work group and viewing a full supply chain cycle.

Six sigma is a disciplined, data-driven approach and methodology for eliminating defects (driving toward six standard deviations between the mean and the nearest specification limit) in any process – from manufacturing to transactional and from product to service. It uses a set of quality management methods, mainly empirical, statistical methods, and creates a special infrastructure of people within the organization who are experts in these methods [4]. This conception is widely used by foreign organizations, but is not expanded to CIS countries.

The main problem of risk management development in CIS countries is fragmentation of supply chain and separated risk consideration: transportation risks, risks of outsourcing, warehouse inventory management risks and etc. In foreign practice this stage of logistics has already passed. While Kazakhstan (as well as other CIS countries) practices research operational aspects of supply chain management,

foreign countries practice contractors and suppliers cooperation, research data availability problems and manage global risks.

References:

1. M. Lemke, A. Niekler, G. Schaal “Content Analysis between Quality and Quantity”/ Datenbank-Spektrum Volume 15, 2015 – Issue 1;
2. George A. Zsidisin, Gary L. Ragatz, Steven A. Melnyk “Effective Practices for Business Continuity. Planning in Purchasing and Supply Management”/ East Lansing, Mich.: Michigan State University, July 21, 2003;
3. P.J. Singh, A. Smith, A.S. Sohal “Strategic supply chain management issues in the automotive industry”/ International Journal of Production Research, Volume 43, 2005 – Issue 16;
4. T. Geoff “SIX SIGMA: SPC and TQM in Manufacturing and Services”/ Gower Publishing, Ltd., 2001.

Шахманова Г.Т.
«НАРХОЗ Университети» АҚ

АҚПАРАТТЫҢ БАСҚАРУШЫЛЫҚ ШЕШІМДЕРДІ ҚАБЫЛДАУ ЖӘНЕ ӨЗІРЛЕУДЕГІ РӨЛІ

Ақпаратпен қамтамасыз ету динамикада үрдіс ретінде «коммуникация» ұғымына кіреді. Ақпаратпен алмасу менеджменттің кез келген функциясын (жоспарлау, бақылау, уәждеме, ұйымдастыру) жүзеге асыру барысында қажет. Компанияның имиджін қалыптастырған кезде тұлғааралық қатынастарда маңызды рөл атқарады.

Ұйым ішіндегі коммуникация - ол кәсіпорынды да, оның сыртқы ортасын да қамтып тұратын көп деңгейлі, күрделі жүйе. Коммуникация байланыстырушы үдеріс болып табылады. Тиімді жұмыс істейтін басшылар -коммуникацияда да тиімді, олардың жазбаша және ауызша қарым-қатынасы жақсы дамыған, сондай-ақ олар ортаның ақпаратпен алмасуға қалай қарайтынын біледі. Ақпарат ұйым ішінде деңгейден деңгейге сатыласкоммуникациялар аясында ауысып отырады.

Ұлғаймалы бойынша коммуникациялар, яғни, төменнен жоғары, төменгі деңгейлерде не болып жатқаны жайлы жоғары деңгейлерге айтады. Осындай жолмен басшылық жасау ағымдағы мәселелер жайлы біліп отыруға мүмкіндік береді. Бұл жерде ақпаратпен алмасу әдетте есеп, түсініктеме хат ретінде жүргізіледі.

Экономикалық, техникалық және әлеуметтік саланың дамуы ақпараттық үдерістерді, сәйкесінше басқаруды компьютерлендіруді жылдамдатудың қажеттігін тудырып отыр. Ол қызметкерлерді басқарудың заманауи техникалық құралдармен жабдықтаумен және дербес компьютерлер мен заманауи бағдарламалық қамтамасыз ету негізінде ақпараттарды өңдеумен сипатталады.

Шешім қабылдау - бұл басқару нысанының жұмыс жасау жағдайы туралы бастапқы ақпаратты осы нысанмен болашақта жақсы нәтижелерге қол жеткізудің оңтайлы жолдары туралы ақпаратқа мақсатты түрде өзгерту үдерісі. Бұл жерде шешімдерді қабылдаудың негізін құрайтын ақпараттық аспектіні көрсете кету қажет. Оны алатын адам үшін жаңашыл элементтерді қамтитын және басқарушылық шешімдерді қабылдау барысында қолданылатын мәліметтер, хабарламалар «ақпарат» ретінде түсініледі. Қабылданған шешімнің тиімділігі

3. Шустов А. А. Инновационная деятельность в банковской сфере. Электронные инновации / А. А. Шустов // Молодой ученый. — 2013. — №9. — С. 269-275.
4. Электронный словарь финансовых терминов www.lexicon.ft.com
5. Андреева А.В. Управление кредитными рисками российских банков на основе инструментов маркетингового анализа / А.В.Андреева, А.С.Симонян // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2016. - № 6.- С.25-32.
6. Веселова М. Ю. Особенности маркетинга в банковской сфере / М. Ю.Веселова // Молодой ученый. — 2014. — №18. — С. 341-345.
7. Геращенко М.М. Подходы к определению сущности маркетинга инноваций / М.М. Геращенко, Т.И. Щерстобитова // Экономические науки. 2014. - № 3. - С. 321–325.
8. [Тхориков Б.А.](#) Методология индикативного управления / Б.А. Тхориков // [Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук](#). - 2012. - № 10. - С. 154-157.
9. Авилова Ж. Н. Формирование инновационной среды региона: от фундаментальной науки к комплексным разработкам: монография / [Ж. Н. Авилова](#), [Е. В. Качурова](#). - Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. -159 с.

Рыбалкина З.М.

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия

РЕСУРСЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТОМ

Управление проектом как отдельная дисциплина использует различные подходы и методы, выработанные другими фундаментальными и прикладными науками и используемыми в рамках других направлений современного менеджмента. В XXI веке управление проектом является синтетической дисциплиной, базирующейся на принципиальных положениях системного подхода к управлению.

Сам проект представляет собой систему из совокупности связанных между собой работ, которая взаимодействует с окружающей средой, получая от нее необходимые ресурсы и предоставляя полученные результаты. Это позволяет выделить три базовых элемента любого проекта [2, с. 61]:

используемые ресурсы;
выполняемые работы;
получаемые результаты.

Эти базовые элементы можно обозначить как основные объекты управления проектом. При этом выделяют три основные группы ресурсов, используемых в управлении проектами [4, с. 123]:

1) трудовые, представляющие активные субъекты деятельности, объединенные в системы взаимодействия друг с другом и другими ресурсами. Трудовые ресурсы, выступая как активные субъекты деятельности, по отношению друг к другу могут являться и объектами. С экономической точки зрения трудовые ресурсы переносят свою стоимость на результаты труда постепенно, создавая при этом добавленную стоимость. К трудовым ресурсам относят руководителей и работников;

2) материальные – это средства и предметы деятельности, используемые для выполнения работ. Средства деятельности переносят свою стоимость на результаты работ постепенно. Предметы деятельности переносят свою стоимость на результаты работ полностью, как правило, изменяя свою

натуральную форму и материально присутствуя в результатах работ. К средствам деятельности относят машины и механизмы (активные средства), здания и сооружения (пассивные средства). К предметам деятельности относят материалы и комплектующие;

3) информационные – это управляющие воздействия, направляемые субъектами деятельности на объекты деятельности, определяющие цели и результаты работ. Информационные ресурсы выступают одновременно и как средство, и как предмет управленческой деятельности. К информационным ресурсам следует отнести проектные решения, модели, управляющие команды (приказы, распоряжения, задания), отчетную документацию, технико-экономическое обоснование проекта и пр.

Работа – это часть деятельности, направленная на достижение результатов с использованием необходимых ресурсов. К работам следует относить деятельность по созданию материальных результатов (производственные работы), выработке и передаче управляющих воздействий и обратной связи (решения и отчеты), перемещению материальных объектов, например, ресурсов поставки [3, с. 72].

Результат – это продукт деятельности (или работы), воплощающий в себе ранее поставленные цели. Результаты могут быть материальные (продукция, изделия) и нематериальные (информационные – документы, социальный эффект), прямые и косвенные, промежуточные и окончательные [1, с. 32].

Кроме этого, окружающая среда является источником различных воздействий, прямым или косвенным образом воздействующих на проект в целом и его подсистемы. Такие возмущения можно обобщенно обозначить как риски. Риски, определяемые как совокупность вероятностных взаимодействий проекта с окружающей средой, представляют собой важный элемент управления проектом.

Все элементы управления проектом находятся во взаимодействии друг с другом. Ресурсы используются в ходе выполнения работ; работы создают результаты; в результатах содержатся материальные и экономические результаты ресурсов. Риски воздействуют на ресурсы, работы и результаты. Проект воздействует на окружающую среду и, таким образом, на риски [6, с. 11].

Деятельность по управлению проектом подразумевает управление всеми элементами проектам и состоит из нескольких направлений. Поскольку весь проект как деятельность, подвергаемая управлению, является системой, а

продукции и обработку их жалоб, поздравления с днем рождения и другим праздничным мероприятиям. Все это помогает поддерживать лояльность клиентов к банковским услугам.

Есть много других способов продвижения и банковских услуг. К ним относятся партизанский маркетинг, использование очень низкой стоимости рекламы, что позволяет получить очень высокий эффект от маркетинга. Кроме того, популярная реклама на радио и телевидении, использование прямой почтовой рассылки, брошюр, плакатов и наружной рекламы. С помощью различных методов продвижения банковских продуктов, клиент всегда будет очень осведомлен о них и сам в состоянии выбрать самый выгодный и наиболее подходящий сервис.

Банковское дело становится все более неотделимо от информационных технологий. Это объясняется тем, что разработка стратегии инноваций в банковском бизнесе становится доминирующим. Информационные технологии стали одним из движущих сил основных структурных изменений в банковском секторе.

Чтобы упростить и ускорить процесс взаимодействия с клиентами с помощью удаленного доступа, узнать о новой разновидности банковских операций и услуг клиентам, возможно, без необходимости не посещать банк, а просто использовать Интернет или воспользоваться мобильным телефоном. Новые средства массовой информации и компьютеризация коренным образом изменили материальную основу для существования всех отраслей экономики, в том числе и финансовые. Желание удовлетворять требованиям времени заставляет банки умножить затраты на внедрение новых информационных и коммуникационных технологий. Таким образом, инновационное развитие банковского сектора Российской Федерации требует нестандартных, быстро принимаемых решений, которые влияют на их стратегию развития [8].

Литература:

1. Гулько А.А. О проблемах развития дистанционного банковского обслуживания в РФ /А.А. Гулько, Т.А. Пьяных// 21 век: фундаментальная наука и технологии: материалы VI международной научно-практической конференции. н.-и. ц. «Академический». 2015. С. 213-216.
2. Хуторова Н.А. Финансовые инновации как инструмент снижения антропогенной нагрузки на экосистему // Финансы. Бюджет. Рынок. – 2011. №5. – С. 103–109.

продвижения внедрить, были проведены маркетинговые исследования в банковском секторе, которые показали, что реклама через SMS-сообщения является достаточно эффективной и приносит хорошие результаты. Таким образом, на сегодняшний день мобильная реклама стала одним из инновационных способов привлечения больше клиентов в коммерческие банки. Этот вид рекламы можно использовать по-сегментно для своих потенциальных клиентов, если банк имеет возможность получить доступ к сотовым телефонам в клиентской базе, которая фокусируется на географическом местоположении, полу и возрасту и другим критериям. Но прежде всего, такие услуги целесообразно предоставлять корпоративным клиентам, так как они, по крайней мере, один раз уже обращались в банк за какой-либо услугой, при этом оставили о себе всю контактную информацию и данные. Этот клиент может получать рекламные сообщения из банка и новые предложения о банковских продуктах, которые актуальны в конкретный период времени. Если для прочтения конкретного предложения клиенту необходимо войти в Интернет, то мобильный телефон всегда под рукой. Таким образом, мобильная реклама - один из самых надежных способов продвижения продукции.

Другой эффективный вариант маркетинга рекламы многих современных банков - маркетинг по электронной почте. Прямое общение с потенциальными клиентами в Интернете помогает поддерживать их лояльность и интерес.

Однако, большая часть этого инструмента фокусируется на действующих банковских клиентах, предлагая им все новые виды услуг для обслуживания. Например, после открытия счета в конкретном банке, клиент может получить на свою электронную почту привлекательные предложения банковских менеджеров, которые могут быть ему интересны и он повторно обратится в этот банк за новыми продуктами.

Но, несмотря на популярность интернет-рекламы и SMS-рекламы, как показывает практика, это не могло бы быть достаточно, чтобы продвигать определенные банковские услуги. Разнообразие коммерческих банков и их продукции постоянно вынуждает менеджеров думать о новых способах доставки информации для потенциальных клиентов. Решающую роль в этой игре по связям с общественностью выступают общественные мероприятия и презентации. Подготовка к этому типу рекламы должны быть особенно осторожными и проводится с полной ответственностью, поскольку качество конечного изложения материала зависит от отношения клиента к конкретному банку и его продукции. К этим методам можно отнести обратную связь с пользователями банковской

управление проектом является приложением системного подхода, то различные виды деятельности можно назвать подсистемами управления проектом.

Традиционно в управлении проектами выделяют следующие подсистемы [5, с. 14]:

- содержание проекта;
- продолжительность проекта;
- стоимость;
- качество;
- трудовые ресурсы;
- материальные ресурсы;
- коммуникации;
- риски.

Каждая из этих подсистем по-разному взаимодействует с основными элементами проекта. Управление содержанием определяет структуру и состав работ, ресурсов, результатов и рисков. Управление продолжительностью, прежде всего, воздействует на работы, но и на ресурсы (так как начало работ означает поступление или начало использования ресурсов), результаты (так как окончание работ означает создание результата) и риски (так как воздействие факторов окружающей среды сказывается и на продолжительности). Управление стоимостью и качеством направлено на все базовые элементы. Управление трудовыми ресурсами, материально-техническим обеспечением и коммуникациями направлено на соответствующие виды ресурсов (человеческие, материальные и информационные). Управление рисками направлено на взаимодействие всего проекта с окружающей средой [7, с. 301].

В реальной ситуации проблема выбора ресурсов проектов может быть весьма непростой. Многочисленные исследования и обобщения практики принятия решений в российских и зарубежных компаниях в области управления проектами показали, что подавляющее большинство компаний рассчитывает стоимость разных ресурсов и затем использует полученные оценки не как руководство к действию, а как информацию к размышлению. Поэтому к выбору ресурсов проекта следует подходить очень тщательно для достижения поставленных целей с минимальными издержками.

При этом важным условием правильного выбора ресурсов в управлении проектами является понимание того, что именно вы хотите получить от проекта.

Качество ресурсов как раз и определяет вероятность успешного завершения проекта. Внедрение системы управления проектами должно проводиться на основе тщательной оценки каждого вида ресурсов.

Литература

1. Кожеуров А.А., Рыбалкина З.М. Управление проектом: практикум / - Пенза: ПГУАС, 2009. – 208 с.
2. Рыбалкина З.М. Системный подход к управлению проектом // Современный научный вестник. – 2016. Т.10 - №1– С. 59-62.
3. Рыбалкина З.М. К вопросу о финансово-экономической стабильности строительных предприятий в современных условиях // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2012. № 1. С. 68-75.
4. Рыбалкина З.М. Модель развития управляемости организации // Вестник Казанского технологического университета. 2009. № 1. С. 122-125.
5. Рыбалкина З.М. Организационно-экономический механизм управления промышленным предприятием // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2016. № 4 (364). С. 12-17.
6. Рыбалкина З.М. Экономические аспекты повышения финансовой устойчивости строительного предприятия // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 30. С. 10-19.
7. Рыбалкина З.М. Повышение управляемости предприятий строительной отрасли как условие дальнейшего экономического роста страны // Научные труды Вольного экономического общества России. 2012. Т. 160. С. 297-307.

клиентом. Эти формы включают индивидуальное общение в виде консультаций, оказания услуг, беседы по телефону, использование почтовой связи для деловых взаимоотношений и так далее.

Персональные продажи самый доступный и простой инструмент коммуникационной политики, который позволяет очень быстро продвинуть банковские продукты-новинки. Абстрактность банковских услуг, сложность их восприятия предъявляет особые требования к банковским служащим. Банковские менеджеры должны расположить к себе клиента, умело убеждая и квалифицированно консультируя их [6].

Достоинствами персональных продаж являются: личностный характер (общение, изучение потребителей и их предпочтений); установление контактов вплоть до доверительных, неформальных; побуждение к ответной реакции (прислушаться и приобрести банковский продукт или услугу).

Большинство из наиболее популярных вариантов для продвижения банковских продуктов на рынке является локализация рекламы в Интернете.

Реклама на самых популярных платформах, таких как Yandex, Google, социальные сети могут способствовать актуальному и самому простому способу продвижения банковских продуктов, которые востребованы в данный период времени. Эта маркетинговая стратегия является достаточно прибыльной для любого банка. Интернет-реклама должна быть запоминающейся, красочной и краткой. В ней должны быть ключевые моменты, чтобы потенциальный клиент сразу понял суть предложения. Если человек заинтересован в выборе банковских услуг, но не имеет территориально доступа к отделению банка, то ознакомиться с различными предложениями он может на их сайтах. И, возможно, сможет выбрать подходящий вариант банковского предложения, и только потом пойдет в ближайший филиал банка.

Интернет-реклама банковских продуктов, как правило, может быть трех типов:

- баннерная - показывает описание и яркое цветное изображение на открытых пространствах любых веб-страниц;
- контекстная - включает в себя краткое текстовое сообщение, показывающее результат конкретного поискового запроса;
- поисковая - на первой странице поисковых систем появляется веб-сайт банк. Как правило, она используется для быстрого увеличения числа клиентов.

Подавляющее большинство банков используют метод продвижения своей продукции, такой как - распространение SMS-сообщений. Перед тем как этот метод



Рисунок 1 – коммуникативная модель Лассвела

Банкам особенно необходимо при осуществлении инновационной деятельности, предлагая новые услуги, информировать клиентов о своем существовании, чтобы привлечь больше клиентов, удержаться на финансовом рынке и создать положительный имидж в обществе о себе и своих продуктах. Инструментами влияния на покупателей являются меры по созданию спроса и стимулированию сбыта. Основными правилами эффективности этих мер являются: наличие знаний о своих продуктах в деталях, а также о своих потенциальных клиентах, конкурентах (их продукты, методы маркетинга, продвижение на рынок и другие аспекты) [5].

Учитывая все это, необходимо предлагать другие условия реализации услуги потребителям, которые не предлагают конкуренты, однако являются более благоприятными. Основная цель этой деятельности является создание благоприятного отношения к банку, который в свою очередь, позволит повысить конкурентоспособность своей продукции, либо создать более высокий рейтинг, чтобы получить более благоприятные условия для их деятельности (инвестиции или налоговый режим) [9].

В связи с этим, коммуникационная политика банка, осуществляющего инновации, можно охарактеризовать как политику продвижения новых продуктов на финансовом рынке, и представляет собой комплекс мер по сотрудничеству банка с потенциальным потребителем и обществом в целом, направленный на создание спроса и увеличение объема продаж продукции-новинок. В современных условиях для успешного банковского бизнеса важно улучшить основные компоненты коммуникационной политики, которыми являются: персональные продажи, реклама, имидж банка, формирование общественного мнения, продвижение продаж.

В связи с расширением инновационной политики в банках, необходимо больше уделять внимание персональным продажам, которое предполагает индивидуальное общение каждого работника банка со своим потенциальным

Кульбацька Н.М., Борисевич Є.Г.

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С.Попова, м. Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМОГО ПІДХОДУ К ОЦІНЦІ ЯКОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Для сфери телекомунікації був розроблений стандарт ETSI ETR 003, що відбиває принципи системного підходу к оцінці якості телекомунікаційних послуг. Ці принципи потрібні для забезпечення повноти оцінки якості послуг з позицій їх споживача і виробника (оператора телекомунікації).

Розробка системи показників якості телекомунікаційних послуг (Quality of service, QoS) підрозділяється на наступні етапи:

- перший етап - це збір, аналіз і систематизація вимог споживачів. У формулюванні вимог до телекомунікаційних послуг бере участь споживач, і він же оцінює результат виконання цих вимог. Задоволення вимог споживачів - кінцева мета введення різних оцінок якості.

- другий етап - облік показників якості (оцінка QoS), тобто визначення досягнутого QoS, який отримують шляхом комбінації результатів вимірів на мережі і кількості скарг споживачів на якість за певний проміжок часу.

- на завершальному третьому етапі здійснюється оцінка QoS споживачем/абонентом. QoS, яке сприймає споживач/абонент (сприймане QoS), зазвичай виражається в ступені задоволеності. При цьому метою є вихід на такий рівень досяжного QoS, який міг би відповідати сприйманому, оцінюваному споживачем.

В Україні оцінка виконання функцій, не пов'язаних з функціонуванням мережі, проводиться лише окремими операторами при проведенні внутрішнього аудиту. Нормативні документи для цього просто відсутні. Але, якщо розглядати даний процес в країнах ЄС, то там накопичений великий досвід по забезпеченню якості послуг зв'язку, що надаються, як компаніями, працюючими в умовах конкуренції, так і підприємствами-монополістами або підприємствами, домінуючими на певних географічних ринках. Ефективність діяльності по контролю і управлінню якістю послуг зв'язку в країнах-членах ЄС виражається в постійному їх вдосконаленні при щорічному зниженні тарифів на масові послуги зв'язку. Крім того, в цих країнах розроблена система державних заходів по контролю якості соціально необхідних послуг (універсальних послуг), які

надаються, як правило, домінуючими операторами, оскільки мають значний об'єм ринку послуг зв'язку.

Загальнодоступна (універсальна) послуга - це узагальнене поняття, що включає сукупність послуг прийнятної якості, які надаються на деякій географічній території (окремої країни, ряду держав) усім споживачам незалежно від їх місцезнаходження і за доступними цінами, на які впливають національні умови. [1]

Вимоги для якості загальнодоступних послуг повинні визначатися як обов'язкові. Нормативи на показники якості можуть бути загальними для декількох видів послуг, а також специфічними для окремих.

Розглянутий європейський досвід по забезпеченню гарантованого рівня якості телекомунікаційних послуг і рівня якості обслуговування споживачів телекомунікаційних послуг представляє особливий інтерес в умовах інтеграції України в європейську спільноту. Виконання телекомунікаційними підприємствами зобов'язань перед споживачами в країнах ЄС реалізується цілою системою заходів, які після вдосконалення і адаптації до стану телекомунікаційного ринку доцільно використати в нашій країні операторам і регулюючим органам.

Передусім це стосується забезпечення контролю за дотриманням вимог до якості послуг. Усі складові регламентуються нормативними документами різного рівня: міжнародними, регіональними, національними і галузевими. Таким чином, можна визначити завдання, пов'язані із стандартизацією у сфері телекомунікації :

- проведення аналізу існуючої нормативної бази за якістю послуг у сфері телекомунікації України на предмет відповідності сучасним вимогам, з урахуванням досвіду ЄС;

- визначення міри гармонізації чинних національних і галузевих нормативних документів за якістю послуг з міжнародними, регіональними документами;

- визначення переліку нормативних документів (національних і галузевих), необхідних для розробки;

- розробка необхідних національних і галузевих нормативних документів з визначенням вимог до якості по видах телекомунікаційних послуг.

Література:

1. Свиридов Е. Градации качества. / Е. Свиридов. – 2006.11.17

Не так давно Европейская банковская ассоциация (European Banking Association) установила условия выпуска CoCo-облигаций для европейских банков(в декабре 2011 года) Эти условия были сформированы как один из результатов стресс-тестирования, проведенного для привлечения около 115 млрд. евро, направленных в дальнейшем на укрепление надежности банков и обеспечения ее необходимого уровня.

Несмотря на то, что на заседании Базельского Комитета по Надзору за Банковской деятельностью (Basel Committee on Banking Supervision) в июле 2011 года использование нераспределенной прибыли (retainedearnings) и выпуск обыкновенных акций (ordinary shares) были признаны предпочтительными способами поддержания необходимого соотношения капитала первого уровня, выпуск CoCo-облигаций также остается одним из возможных вариантов.

Представленные технологии и продукты – лишь очень незначительная часть того, что может обеспечивать коммерческим банкам развитие продуктового ряда с обязательным учетом показателей контроля качества и сегментацией контингента клиентов с целью удовлетворения потребностей каждой его целевой группы.

Без продвижения инновационных технологий, и продуктов в настоящее время невозможно обеспечение полноценного банковского сервиса и банковской политики, направленной на укрепление конкурентных позиций банка на розничном рынке.

Инновационная банковская деятельность, таким образом, должна обеспечиваться широким спектром маркетинговых мероприятий.

Внедрение и активное использование маркетингового инструментария в банковской деятельности становится одним из основных факторов успешного развития и процветания современного банка. Для реализации специфической маркетинговой функции - формирование спроса и мероприятий по стимулированию сбыта продукции, необходимым является осуществление деятельности по созданию и развитию каналов связи между банками и потребителями их продукции.

Политика коммуникации является одной из элементов комплекса маркетинга, а также инструментом, который позволяет активизировать процесс воспроизводства спроса и повысить эффективность маркетинговой деятельности.

Коммуникационная деятельность банка может быть выражена в коммуникативной модели американского политолога Лассвела, которая схематически показана на рисунке 1.

Международный совет по климатическим долговым инструментам, который специально создан для этих целей. Многие рейтинговые агентства определяют для «climate bonds» высокий инвестиционный рейтинг (AAA). Финансовые аналитики утверждают, что в ближайшее время в российской практике следует ожидать более активное использование и таких финансовых инноваций, как гибридные продукты, которые большинством авторов определяются как ценные бумаги, конструкция которых совмещает в себе компоненты нескольких элементарных рынков (рынки инструментов с эффективными и определяющимися многими покупателями и маркет-мейкерами ценами).

Как показывают уже опубликованные исследования, гибридные бумаги чаще всего могут быть образованы на основе четырех элементарных рынков: процентных бумаг, валютного, фондового и товарного рынков или их сегментов [3]. В любом случае, гибридные бумаги конструируются так или иначе на базе долговых обязательств. В качестве аргументации ожидания спроса на данные продукты следует привести тот факт, что европейские коммерческие банки в настоящее время разрабатывают и выводят на рынок гибридные инструменты, цель которых обеспечить постепенную адаптацию к условиям «Соглашение «Базель III». Как известно, данное соглашение вступит в полную силу уже довольно скоро, в 2019 году. К таким продуктам можно отнести CoCo- облигации, или contingent convertible bonds нового поколения. Особенностью CoCo-облигаций является то, что они представляют собой некоторую разновидность гибридных финансовых инструментов, при этом отличающихся от обычных конвертируемых облигаций. Принцип функционирования CoCo-облигаций заключается в том, что, они превращаются в акции при определенном условии (когда уровень капитала банка падает ниже определенного порога), но выпускаются данные банковские продукты как обычные облигации займа.

При этом под капиталом банка понимается рыночная стоимость его акционерного капитала, то есть сумма произведения текущих цен обыкновенных и привилегированных акций на их количество. Основное преимущество CoCo-облигаций – возможность не учитывать их при расчете разводненной чистой прибыли на акцию (diluted EPS) до момента их непосредственной конвертации.

CoCo-облигации, как и любые гибридные финансовые инструменты, выполняют еще одну значительную функцию. Они выступают своеобразным «мостом» между акционерами банка, которые будут последними претендентами на выплату сумм инвестиции в случае его банкротства, и владельцами облигаций.

Соколова Ю.И., Жуковская Л.Э.

Одесская национальная академия связи им. А.С.Попова, г. Одесса,

Украина

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В процессе выполнения основных целей логистики, как системы организации материальных потоков и управления ими, информация всегда играла решающую роль. На современном этапе развития общества с внедрением во все сферы его жизни компьютерных технологий, влияние информации на логистические операции неуклонно возрастает – реализацию большинства из них уже сейчас невозможно представить без использования высокоэффективной вычислительной техники и особого программного обеспечения. Информация выступает одновременно двигателем и катализатором любой логистической системы, позволяя ей оставаться гибкой и в любой момент времени приспосабливаться к постоянным флуктуациям внешней среды.

Информационные ресурсы или информационные потоки в логистике представляют собой целенаправленно собранную и структурированную совокупность фактов, подлежащих первичной регистрации и обработке для последующего обеспечения процесса управления логистической системой и предприятием в целом. Детальнее роль информационных потоков отображается в выполняемых ими функциях и значении для каждого из субъектов логистической системы:

– для потребителя информация о статусе заказа, наличии товара, сроках поставки, отгрузочных документах и т.п. является необходимым элементом потребительского логистического сервиса;

– с позиции управления запасами в логистической цепи наличие полной и достоверной информации позволяет сократить потребность в запасах и трудовых ресурсах за счет уменьшения неопределенности спроса;

– информация увеличивает гибкость логистической системы относительно того, как, где и когда можно использовать ресурсы для достижения конкурентных преимуществ» [1]

Опираясь на функции информационных потоков, логичным будет предположить их тесную взаимосвязь с материальными потоками. На практике благодаря информации осуществляется формирование, контроль и управление товарными потоками, а для оптимизации этих процессов используются логистические информационные системы. Они являются своего рода совокупностью организованных средств вычислительной техники. Однако, как и любые другие системы, информационные системы должны складываться из последовательно взаимосвязанных элементов и иметь некоторую совокупность интеграционных качеств [1].

Информационные логистические системы состоят, как правило, из двух подсистем: функциональной и обеспечивающей. Функциональная представляет собой набор опций, сгруппированных в соответствие с решаемыми ими проблемами, а обеспечивающая – набор инструментов для выполнения этих опций. Под «инструментами» в данном случае необходимо понимать техническое, информационное и математическое обеспечение для передачи информационных потоков и формализованного описания данных.

Вне зависимости от степени нагрузки, объёма обрабатываемой информации и сложности взаимосвязей между материальными потоками, существует ряд требований, которым должна удовлетворять любая информационная логистическая система:

- полнота и годность, циркулирующей информации;
- точность исходящей информации (допускается не более 1% ошибок);
- своевременность поступления информации в аппарат управления;
- ориентированность информации на улучшение качества обслуживания;
- гибкость или способность приспосабливаться к изменениям;
- приемлемый формат данных [1];

Управление информационной логистической системой есть не что иное, как воздействие на неё в целях получения необходимого экономического эффекта. При этом, объектом управления выступают именно информационные потоки. Их оперативная обработка и верная интерпретация в рамках логистической системы являются залогом успешного решения задачи управления материальными потоками. Информационный поток может существовать в трёх основных состояниях по отношению к материальному: следовать одновременно с ним, опережать его или же запаздывать. В

приемами продвижения новых и совершенствования существующих банковских продуктов, включая также и инновационные технологии, которые позволяют удерживать имеющуюся конкурентную позицию и улучшать ее [1, с.272].

В первую очередь, необходимо выделить электронные банковские услуги, которые не только уже освоены российским банковским бизнесом, но при этом являются перспективно развивающимся направлением. Российские банки вкладывают значительные ресурсы в развитие новых электронных технологий, повышают качество бизнес и технологических процессов, т.к. должны реагировать на возрастающие требования клиентов дистанционного банковского обслуживания (ДБО) [1, с.213].

Активность спроса на электронные банковские услуги зависит не только от качества, удобства, надежности (безопасности) и доступности предлагаемого интерфейса, но и от усилий банков, направленных на то, чтобы популяризировать среди клиентов внедряемые новшества.

Наряду с технологиями банковский сектор продвигает и инновационные банковские продукты. В последнее время российские коммерческие банки в качестве таких продуктов все более активно предлагают инвесторам так называемые структурированные продукты (СП), широко распространенные в западной банковской практике.

Тенденция развития СП на российском - рынке является достаточно перспективной еще и потому, что клиент банка имеет возможность выбора одного - из готовых продуктов, предлагаемых компаниями (например, ФИНАМ, Альпари и др.) или собрать свой продукт самостоятельно с помощью конструктора.

Следует обратить внимание и на другие СП. Например, климатические (climate bonds) и «зеленые» облигации (green bonds) [2]. Эмиссию и вывод на рынок данных СП осуществляют самые различные структуры, а также международные финансовые институты. Например, группа Всемирного Банка или ЕБРР. Характерно, что структура данных инструментов соответствует «простой ванили», которая имеет фиксированный доход. Это делает названные СП привлекательными для крупных инвесторов, среди которых следует выделить, в первую очередь, инвесторов институциональных. Также данные продукты интересны тем инвесторам, которые реализуют определенные экологические стратегии, рассчитанные на длительный срок (30-40 лет).

Особенностью «climate bonds» является то, что средства от их размещения направляются на финансовое обеспечение программ, так или иначе связанных с климатом. Характерно, что размещением «climate bonds» занимается

Парфенова Е.Н., Симоненко Н.В.

г. Белгород

ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Актуальность проблем продвижения инновационных банковских продуктов на российском финансовом рынке определена большим количеством факторов. Важнейшим при этом является то, что инновационная деятельность в сфере финансов, включая банковский сектор, многими и многими авторами характеризуется «как имеющая огромный потенциал». В первую очередь, этот потенциал определен значительным количеством инновационных финансовых продуктов, в том числе и банковских, уже доказавших свою эффективность в мировой практике, но не представленных или представленных, но недостаточно широко, в РФ. Российские финансовые структуры, таким образом, имеют возможность их адаптации к отечественным условиям, и тем самым получения существенных финансовых результатов.

Острота исследуемой проблемы связана также с тем, что именно инновационная деятельность на финансовом рынке и в таком его сегменте, как банковская деятельность, становится тем важнейшим инструментом, который сможет обеспечить поддержание конкурентоспособности национальной экономической системы в целом. Иными словами, важнейшим условием дальнейшего экономического развития страны, достижения заданных темпов роста всей российской экономики является повышение эффективности деятельности коммерческих банков, которое, в свою очередь, невозможно без широкого внедрения инноваций, как отдельных продуктов, так и технологий.

Наибольшую активность банковского сектора из всех сегментов финансового рынка с точки зрения внедрения финансовых инноваций большинство авторов связывают с тем, что остальные сектора отечественного - финансового рынка, такие как валютный рынок, фондовый рынок, денежный рынок, рынок капиталов и др., в общем совокупном объеме занимали достаточно долго значительно меньшую долю. В современных условиях ведения банковского бизнеса, которые отличаются жесткой внутренней конкуренцией, для любого коммерческого банка очень важно обладать эффективными программами и

зависимости от типа взаимодействия различают следующие виды управления информационным потоком:

- изменение его направления;
- ограничение скорости передачи данных;
- ограничение объема поступающей информации до величины пропускной способности канала.

Таким образом, активно используя информационные ресурсы, логистические информационные системы улучшают управление материальными потоками, решая проблемы, связанные со своевременностью поставок, резервами и сбытом готовой продукции. Обмен же информацией внутри предприятия позволяет существенно снизить расходы и увеличить результативность предприятия в целом. Тем не менее, эффективность функционирования информационной логистики напрямую зависит от степени её связи с реальным производственным процессом, которую обеспечивают измерительные инструменты и датчики, контролирующие движение материальных потоков.

Список использованной литературы

1. Заборская Н. К. Учебное пособие по курсу «Логистика»/ Заборская Н.К. Бескровная Л. А., Жуковская Л. Э. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2013г. – 208 с.

Цыпленкова М.В., Охотская В.Н., Бобылева Т.А.,
Ефимова Т.А., Каськова А.Б.

Владивостокский филиал Российской таможенной академии

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ХАПК «ГРИН-АГРО»

«Грин-Агро» – торговая марка Артёмовского гормолокозавода (г. Владивосток), в течение почти 10 лет производившего молочные продукты под ТМ «Артемка». Однако, с февраля 2013 года «Грин-Агро» существует на рынке как самостоятельная компания и торговая марка. Первым продуктом «Грин-Агро», который появился на полках магазинов стало натуральное молоко жирностью 3,2%. 17 декабря 2015 года в г. Владивостоке состоялось торжественное открытие первый фирменного магазина компании «Грин-Агро» по адресу: проспект 100-летия Владивостока 38Б. В 2017 году планируется строительство второго агропромышленного комплекса. По программе с администрацией Приморского края совместно должно построиться три комплекса - на 1800 голов дойного стада каждый.

Для того, чтобы выявить влияние факторов макросреды на компанию «Грин-Агро», следует рассматривать статистические данные в динамике. В целом, можно обозначить укрупненные группы показателей, представленные в табл. 1, относительно которых ведется статистика.

Таблица 1

Факторы макросреды, влияющие на деятельность компании «Грин-Агро»

Факторы макросреды	Значение на момент года:							Характеристика фактора
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Прогноз 2017	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ:								
1.1. Образование отходов производства	16,2	19,8	20,5	19,1	19,5	*	*	Отражает количество отходов производства,

жатқанда кітап оқып, жаңа ақпараттармен танысып, не болмаса автобуста аудиокітаптарды тындап өз-өзіңізді жетілдіруге болады. Осындай айла тәсілдердің арқасында сіз уақытыңызды үнемдейсіз, және сол үнемдеген уақытыңызда таза ауада демалуға, жанұяңызбен уақыт өткізуге болады. Тағыда қол тимей жүрген істерді бітіруге болады.

Төртінші қадам. Тайм менеджменттің барлық принципін оқып, өзіңізге лайықтысын таңдап алу керек. Тек қана таңдап қоймай, оны практикада қолдану керек, яғни бүгіннен бастап, себебі теориялық білімнен гөрі тәжірибе сізге нәтиже береді. Күнінiзді жоспарлаудан бастаңыз, оған сізге қалам мен парақ қажет. Істерді маңыздылығы бойынша жіктеңіз, әр істің қасына маңыздылық дәрежесін қойып шығыңыз. Келесі күні сол жоспарды орындауға тырысыңыз, жоспар бойынша қай істі бастау керектігін білетін боласыз [7].

Уақытты басқару ол үздіксіз циклдік үрдіс, өзіндік жүйе, және ол күнделікті өмірге ену керек.

Ең басты қорытынды, уақытты басқару - ол барлығын үлгеру емес, ең маңызды шаруаларды үлгеру!

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Карри М. Режим гения. Распорядок дня великих людей. М.: «Альпина Паблишер», 2013.
2. Кови С.Р. 7 навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности. М.: «Альпина Паблишер», 2012.
3. Аллен Д. Как привести дела в порядок. Искусство продуктивности без стресса. М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013.
4. Кеннели Д. Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать и а результат. М.: «Альпина Паблишер», 2012.
5. Лидс Р. Полный порядок. Понедельный план борьбы с хаосом на работе, дома и в голове. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2012.
6. Архангельский Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2011.
7. Милюков Е.С. Тайм-менеджмент как инструмент управления производительностью. //Экономические науки. — 2011. — № 4. — с. 100—105.

ақшаның орнын толтырып қайта табуға болады, ал өткен уақытты артқа қайтаруға болмайды. Екіншіден, тайм менеджмент мамандарының кеңесі бойынша «бақамен» достасып, ал «пілдерді» бөліп алыңыз. Әр адамда өзінің кішігірім мақсаттары бар, оларға біз мән бермей, көңіл аудармаймыз. Алдымен осы мақсаттарға көңіл бөліп оларды уақытылы орындауымыз қажет. Осындай кішігірім мақсаттарды біз бақа деп қарастырамыз. Бақа мақсаттарын орындау туралы ойланбай, сол сәтте орындағанымыз жөн. Егер біз қысқа мерзімді мақсаттарға қол жеткізгеннен бастап, бойымызға рух жинаймыз, және келесі мақсаттарға жетуге күшіміз көбейеді. Қысқа мерзімді мақсатқа жеткенде ұзақ мерзімді мақсаттарға жетуге біздің ынтамыз пайда болады. Сонда «піл» дегеніміз не? Піл дегеніміз, ауқымды ұзақ мерзімді мақсаттар. Олар бізге өте қиын болып көрінеді және қай басынан бастау керек екендігін білмей қаламыз. Сол себепті, ұзақ мерзімді мақсаттарды біз бірнеше қысқа мерзімді мақсаттарға бөліп, оларды жай бөлмей логикалық байланыспен, ең азынан көбіне қарай орындауымыз керек. Сонда біз пілді бірнеше бақаға бөлеміз. Және біз бірінен кейін бірін орында мақсатқа жетер жолда уақытымызды үнемдейміз. Сонымен қатар біз Паретоның әйгілі принципін есте сақтауымыз керек. Ол 20% күш 80% нәтиже береді. Сондықтан біз барлық күшімізді бір мақсатқа жұмсамай, оны бірнеше мақсаттарға бөлгеніміз дұрыс [5].

Үшінші қадам. Мақсаттарымызды жүйелендіріп олардың басымдылығы бойынша қарастыру. Қай істерді істегенде мақсатқа жетуге болады, яғни аяқталуға қалған істерді бітіру, маңыздылығы бойынша бөліп қарастыру, сонымен қатар бос уақытта қандай істерге көңіл бөлуді айтамыз. Өзімізге ереже бекітіп демалыс күніміздің 10-20 минутын келесі аптаның жоспарын бекіту керек. Маңызды істерді белгілеп оларға керекті уақытты бөлу керек. Маңызды істерге белгілеп қатаң уақытты алып сол уақытта орындау. Мұндай істерге кездесулер, келісімшарттар және үй тапсырмалары жатады. Маңызды істердің арасында уақыт аралығын қалдыруымыз керек. Әдетте 60% маңызды істерді орындауға, ал 30-40% уақытты резерв ретінде қалдыруымыз қажет. Себебі кездесулер созылуы, кейбір шаруалар кедергі келтіруі мүмкін. Бұл принцип қарапайым бірақ тәжірибеде аз қолданылады. [5]. Сіз кешігесіз, уайымдайсыз, графигіңіз бұзылады, бір күндік істеріңіз шатысып кетеді. Ондайға жол бермеу керек. Сондықтан тайм менеджмент мамандары екі тізімді қарастырады. Біріншісі, қатаң маңызы жоғары істер, екіншісі икемді аса маңызды емес істер. Икемді істерді күн аралығында орындауға болады. Мысалы, метрода кетіп бара

ва и потреблени я у производит елей пищевой продукции в целом по РФ, млн. тонн								образующихся из остатков сырья и иных продуктов, получаемых в процессе производства продукции.
1							8	9
1.2. Выбросы в атмосферу загрязняющ их веществ у производит елей пищевой продукции в целом по РФ, тыс. тонн	47,1	40,1	40,7	42,8	46,0		*	Отража ет объем вредных выбросов в атмосферу, происходящих в процессе производства.
2. ДЕМОГРА ФИЧЕСКИ Е:								
2.1. Прирост населения в Приморско м крае, чел.	3377	4627	4614	4693	4494		*	Прирос т населения оказывает непосредственн ое влияние на количество потребляемой продукции в перспективе.
2.2. Потреблени е молока и молочных продуктов в Приморско м крае на душу	49	51	56	57	62		*	Отража ют количество потребляемых молочных продуктов одним человеком в год в среднем.

населения в год, кг								
3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ:								
3.1. Средние цены производителей молока и молочных продуктов в целом по России в среднем за год, руб./тонна	4135	3604	5875	9614	0648	1814	*	Цена производителя - цена, определяемая предприятием изготовителем продукции на стадии начала производства и ориентирующаяся на затраты по производству и реализации. Цены производителя обычно не совпадают с рыночными ценами.
3.2. Средняя потребительская (розничная) цена на молоко и молочные продукты в целом по России, руб./л	2,52	3,88	8,64	3,81	7,61		*	Фактическая цена на товары, реализуемые в свободной продаже в организациях торговли, включающая в себя косвенные налоги, а также затраты и прибыль организаций товаропроводящей сети.
3.3. НДС в структуре розничной цены на	,9	,02	,51	,59	,29		*	НДС – косвенный налог, форма изъятия в бюджет

жасауын қарастыру аса маңызды. Уақыт - орны толмас ресурс, ол көптеген адамдар саналы немесе санасыз қарауда. Егер де көптеген адамдар уақытын дұрыс және тиімді жұмсаса, онда жабық есіктерді аша алар еді. Адам өзінің біраз уақытын жоғалтқанын түсінген жағдайда, оған көпке танымал «тайм менеджмент» термині келеді [2].

«Тайм-менеджмент» - дербес тиімділігін арттыру жүйесі. Соңғы бірнеше жыл ішінде біздің өмірімізде орын алды [3]. Күнделікті өмірде тайм менеджмент методикасын қолдана отырып, әр нәрсені орындауға уақыт бар екеніне көз жеткізуге болады. Ол үшін төрт қадам жасау керек [4]:

1. Тайм-менеджмент қажеттігін танып білу.
2. Уақыты басқарудың ең қолайлы әдістерін зерттеу және таңдау.
3. Басымды тапсырмаларды жоспарлау.
4. Күн сайын оларды орындауды ұстану, тәжірибеде алған білімдерін қолдану.

Бірінші қадам - әрқашан ең қиын және ең маңызды. Тайм менеджмент инструментін сирек және дербес қолданады. Оған әдейі қажеттілік тумындамайды. Бірақ тайм менеджментті қолдану керек сезімі туындағанда, сіз өз уақытыңызды қалай қолдану керектігін және болашақта қандай қайтарым болатындығын түсіне аласыз. Адам өзіне уақытының керек екендігін түсінбегенше, ол белсенді түрде оқып және тиімді пайдаланбайды. Тек, сіз тайм менеджмент сөзі заманауи әдемі сөз еместігін ұғынып, ол жетекші, бизнесмендердің күнделікті өмір сүру стилі екенін түсінген жағдайда, сіз уақытыңызды бос кетірмей, оны пайдалы және орынды жұмсайсыз. Сіз өзіңіздің әрбір сағат, әрбір минутыңызды бағалап, дұрыс бағытта жұмсай бастайсыз. Себебі, тайм менеджмент біздің шектеулі ресурсымыз, яғни уақытты ең тиімді жолмен дұрыс жұмсауға мүмкіндік береді [5]. Бұл келесі қадамға көшудің сигналы болады. Уақытты қалай жұмсау жолын білмегенше, уақытты басқаруды қалау жеткіліксіз. Сондықтан қазірден бастап, бос уақытыңызды қолданып оны кітап оқып, арнайы тренингтерге барып, өз-өзіңізді жетілдіруге болады. Бірақ тайм менеджментті қалаушы негізгі ережелерді де ұмытпаған жөн.

Екінші қадам. Біріншіден уақытқа абстрактілі түрде қарамау, оны тайм менеджмент туралы көптеген кітаптардың бірінші тарауында үйретеді. Олардың бірінші беттерінен бастап уақытқа ақша ретінде түсініп қарастырады. Себебі біз ақшаны жақсы көреміз, үнемдейміз, сақтаймыз және көбейтеміз. Сол сияқты уақытқа да қарау керек. Уақытпен ақша арасында тек бір айырмашылық бар,

Тасжарғанов С.И.,
НАРХОЗ Университеті

ТАЙМ МЕНЕДЖМЕНТ

Кілттік сөздер: тайм менеджмент, менеджер, дағдылар, дамыту

Андатпа. Бұл мақалада тайм менеджменттің менеджер қызметіндегі рөлі жайында және оларға уақытты басқару бойынша кейбір ұсыныстар берілген.

Кез келген кәсіпорының болашағы оның жетекшісіне байланысты болады. Менеджерлер жоғары оқу орындарында дайындалады. Бірақ белгілі себептерге байланысты кешегі түлектер, бүгінгі студенттер менеджер қызметіне дайын емес. Оның басты себептері білімнің жетіспеуі не болмаса жеке тұлғалық сапасының кем болуы. Олар тек басты оқу бағдарламаларымен айналысып, болашақ менеджерге қажетті сапаларды жинақтамай жатады. Оған мысал ретінде жанжақты дамытуды, коммуникативті сапаны дамытуды, стратегиялық және сыни ойлау қабілет дағдысын, кейстерді шешуді, өздерінің болашақта жұмыс істейтін мамандығы бойынша уақытылы білім мен тәжірибе алмауында. Көбінесе осы факторлар HR менеджерлерінің басшылық қызметке мамандарды таңдауда басты рөл атқарады. Дағдылар студенттік өмірде және өзін-өзі дамытуда пайда болады. Мұндай дағдылар жоғары оқу орындарында ғана емес, кәсіби әдебиеттерде, танымал спикерлердің дәрістерінде, тренингтерде, бизнес ойындарда алынады. Бірақ қазіргі бағдаламалармен оқу барысында оған көп уақыт жұмсалып, өзін-өзі дамытуға аз уақыт қалады. Бұған қалайша уақытты үнемдеп дамытуға уақыт табуға болады? Ол үшін «күні бойы немен айналысатыны туралы тапсырмаларды жинап, жазып және сосын жасау қажет» [1].

Болашақ басшыға ең бастысы уақытты жоғалтпау керек. Уақытты тиімді жұмсай және мақсаттарына жету үшін өз уақытын дұрыс пайдалана алмауы, бұл оның кәсіби беделіне үлкен дақ келтіреді. Ал адам өзін ұйымдастыра алмаса ол басқаларды қалай ұйымдастырады? Сондықтан, өз уақытын дұрыс билік ете білмейтін адам, ешқашан көшбасшы бола алмайды! Алайда мұндай мәселемен кездескенде қол түсіруге болмайды. Онымен арпаласып, жеңу керек. Басшы болмас бұрын өз уақытымызды басқарып, уақыттың бізге жұмыс

молочную продукцию на конец года, %								государства части стоимости товара.
1							8	9
3.4. Удельный вес молока и молочной продукции в структуре потребительских расходов населения, %	,76	,70	,65	,77	,85	,90	,07	3 Показы вает какую долю занимают расходы на молочную продукцию в структуре общих потребительских расходов граждан РФ.
3.5. Покупательная способность населения в целом по РФ по молочным продуктам, кг	19,1	02,2	30,5	70,3	60,5	14,6	*	Отражает способность потребителей покупать молочную продукцию.
3.6. Уровень годовой инфляции, %	,1	,58	,45	1,36	2,91	,38	,62**	0 Оказывает непосредственное влияние на всю макросреду в целом, например, рост цен на товары и услуги.
4. МЕЖДУНАРОДНАЯ СРЕДА:								
4.1. Производство импортозамещающих продуктов в	0,7	1,3	1,5	1,5	1,7	1,9	*	Показатель, характеризующий

РФ (молочная продукция), млн. тонн								импортозамещение в РФ.
5. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ:								
5.1. Инновационная активность организаций, осуществляющих технологические, организационные, маркетинговые инновации (производители пищевых продуктов), %	1,8	1,9	1,0	2,5	2,2		*	Отражает темпы, масштабы и продолжительность разработки и внедрения нововведений, основанных на использовании достижений НТП и передового опыта.

Составлено по: [1, 2, 3]

Проанализируем показатели, приведенные в табл. 1. Периодом анализа будем считать 2011 – 2015 гг., так как по ряду показателей данные за 2016 год отсутствуют.

Первая группа факторов – экологические, которые характеризуют объем вредных отходов и выбросов в атмосферу, возникающих в процессе производства пищевой продукции. Данные показатели оказывают непосредственное влияние на окружающую среду, а, значит, и на экологичность продукции молочных производителей. В изучаемый период времени, количество образовавшихся отходов производства и потребления у производителей пищевой продукции возросло в 1,2 раза. Абсолютный минимум выбросов в

іншими напрямі діяльності видавничо-поліграфічного комплексу. На основі аналізу виявлено погіршення конкурентного становища видавничо-поліграфічної галузі, про що свідчить негативна динаміка її частки у промисловому виробництві. За рівнем конкуренції поліграфія переважає над видавничою діяльністю, що створює умови для ефективнішого задоволення потреб споживачів.

Отже, з метою підвищення своєї конкурентоспроможності друкарня «Баланс-Клуб» повинна вдосконалювати свою асортиментну політику за виявленими актуальними напрямками, щоб задовольняти потреби існуючих споживачів та завойовувати нових.

Література:

1. Андросюк Л.А. Стан та перспективи розвитку поліграфічної галузі України / Л.А. Андросюк // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2013. — Випуск 3 (40). — С. 69-73.
2. Труш Ю.Л. Формування асортиментної політики на підприємстві / Ю.Л. Труш, А.О. Гриценко // Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності. – 2016. - №1. – С. 67-70.

1. Друкарня «Україна» - займає 29% частки ринку м. Дніпра, а ТОВ «Баланс - Клуб» на ринку займає 25% .

2. «Арт-прес» та «Royal - print» на ринку галузі мають біля 10% частки ринку друкарських послуг. В сукупності, перша і друга групи становлять 74% ринку.

3. Найменш розвинена за кількістю суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу є друкарня «Литограф» (8%).

Здійснена оцінка рівня концентрації, ступеня конкуренції в галузі з таким групуванням за напрямками діяльності в регіону: видавнича, виготовлення видавничої продукції (поліграфічні підприємства), розповсюдження видавничої продукції, суміщення кількох видів діяльності, в т.ч. поліграфічної; суміщення кількох видів діяльності, за виключенням поліграфічної (табл.1).

Таблиця 1

Рівень конкуренції видавничо-поліграфічного комплексу

Напрямок діяльності	Індекс Херфіндала-Хіршмана	Інтервал	Рівень концентрації	Рівень конкуренції
Видавнича	2988	1800-10000	високий	низький
Суміщення, за виключенням поліграфічної (видавнича розповсюдження) і	3283			
Розповсюдження	1690	1000-1800	середній	помірний
Суміщення, в т.ч. поліграфічна	1395			
Поліграфічна	1031			
Усього	1859	1800-10000	високий	низький

Найвищий рівень конкуренції, виявлено у поліграфічній галузі. Це дозволяє говорити про більш рівномірний розподіл споживачів поліграфічних послуг за регіонами, порівнюючи з видавничою справою. Високий конкурентний тиск стимулює підприємства до постійного підвищення конкурентоздатності, розвитку. Водночас, ринок видавничої продукції, а також суміщення видавничої діяльності і розповсюдження видань, тяжіє до монополізації, порівнюючи за

атмосферу забруднюючих речовин прийшов на 2012 рік і склав 140,1 млн. тонн, абсолютний максимум був відзначений в 2011 році і склав 147,1 млн. тонн. При цьому можна відзначити, що в 2015 році викиди забруднень склали 146 млн. тонн, що наочно демонструє негативну тенденцію.

Вторая группа факторов – демографические, где следует выделить два показателя – прирост населения и объем потребления продукта на душу населения, по которым можно отметить положительную динамику. Влияние данного фактора для компании «Грин-Агро» очень высоко в перспективе, так как прирост населения и рост объема потребления представляют собой возможности для развития компании.

Самой крупной группой по количеству показателей являются экономические факторы. Наиболее влиятельным показателем здесь является уровень инфляции, который неразрывно связан с темпом роста цен на товары и услуги. В период 2011-2015 гг. пик инфляции пришелся на 2014-2015 гг. С 2016 года намечено снижение данного показателя, а в январе 2017 года уровень инфляции впервые за последнее время приблизился к нулю. В частности, можно отметить рост цен производителей в исследуемом периоде на 54,3%, что прямо говорит об удорожании процесса производства в целом по предприятиям страны, так в частности и по компании «Грин-Агро». Увеличение цен производителей влияет на рост потребительских цен, который в период 2011-2015 гг. составил 46,4%. При этом, отмечается незначительное снижение НДС на молочную продукцию. И говоря непосредственно о покупательской способности потребителей молочной продукции, то здесь можно также отметить ежегодное увеличение доли расходов на молочные продукты у населения, но несмотря на это объем покупок молочной продукции снижается, о чем свидетельствует, как уже говорилось ранее, рост цен на молочные продукты питания.

Следующий рассмотренный фактор – это влияние международной среды. В отношении молочной продукции здесь можно выделить производство импортозамещающих молочных продуктов. По данному показателю отмечен рост на 11,2% и дальнейшая положительная тенденция. В отношении влияния данного фактора на компанию «Грин-Агро», можно отметить, что предприятия уже используют это в качестве возможности для дальнейшего развития, потому как в 2017 году планируется строительство второго агропромышленного комплекса, где планируется выпустить линейку сыров, в том числе импортозамещающий продукт – моцареллу.

И, наконец, заключительный фактор – технологический, характеризующий инновационную активность. В целом, у отрасли пищевой промышленности есть рост по данному показателю, но если рассматривать процентную составляющую, то он очень мал.

Литература:

1. Новостной портал «PrimaMedia» [Электронный ресурс]. Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <http://www.primamedia.ru> (дата обращения 19.02.2017г.)
2. Официальный сайт Федеральной службы статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 20.02.2017г.)
3. Официальный сайт Приморскстат [Электронный ресурс]. Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <http://primstat.gks.ru/> (дата обращения 20.02.2017г.)

к.е.н., доц. Яременко С.С., Найдъон О.С.

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ ГАЛУЗІ З МЕТОЮ ВИЯВЛЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ ДРУКАРНІ «БАЛАНС-КЛУБ»

Дослідження конкурентів дозволяє виявити фактори їх успіху на ринку, коригувати власну діяльність, виробляти найбільш оптимальну стратегію розвитку тощо. Друкарня «Баланс-Клуб» займається наданням різних послуг сфери поліграфії досить високої якості. Асортимент продукції включає каталоги, буклети, брошури, афіші, різні календарі та постери, а також іншу продукцію. Конкурентами друкарні «Баланс - Клуб» є: друкарня «Україна», друкарня «Арт-прес», друкарня «Роял-принт», друкарня «Литограф».

Рівень конкуренції в галузі може бути оцінений за рядом коефіцієнтів, але найбільш універсальним для визначення ступеня концентрації конкуренції є індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) [4]:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (2.1)$$

де – квадрат частки ознаки;

n – кількість підприємств.

Для оцінки ступеня концентрації бізнесу застосовується така шкала:

-ННІ<1000 – низька концентрація ринку, відповідно, високий ступінь конкуренції;

- 1000<ННІ<1800 – середній рівень концентрації, помірний рівень конкуренції;

- 1800<ННІ<10000 – висока концентрація, високий рівень монополізації.

У випадку монополії коефіцієнт становить 10000.

Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана проведений за основними конкурентами у регіоні. За масштабами розвитку бізнесу (часткою видавців, виготівників і розповсюджувачів регіону у загальній кількості суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу) виділено три групи: