

МАТЕРИАЛИ
XV МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦИЯ

БЪДЕЩИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ - 2019

15 - 22 февруари 2019 г.

Volume 4
Закон
Икономики
Публичната администрация
Философия

София
«Бял ГРАД-БГ ОДД»
2019

То публикува «Бял ГРАД-БГ» ООД, Република България,
гр.София, район «Триадица», бул.« Витоша» №4, ет.5

Редактор: Милко Тодоров Петков

Мениджър: Надя Атанасова Александрова

Технически работник: Татяна Стефанова Тодорова

Материали за XV международна научна практична конференция,
Бъдещите изследвания - 2019, 15 - 22 февруари 2019 г. Закон.
Икономика. Публичната администрация. Философия. : София. « Бял
ГРАД-БГ » - 80 с.

За ученици, работници на проучвания.

Цена 10 BGLV

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив на автори, 2019

© «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2019

ИКОНОМИКИ

Икономиката на предприятието

К.э.н. Елпанова М.А.

Магистрант: Бурнаева Р.Н.

*Кызылординский государственный университет имени Коркыт Ата,
Казахстан*

ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕГАЗОВЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ

В экономической системе Казахстана происходят значительные структурные сдвиги, которые меняют существующие секторальные пропорции государства и частного бизнеса [1]. Чтобы иметь возможность эффективно конкурировать в этих условиях, казахстанские компании вынуждены искать формы рациональной структуры деятельности, достижимой только с применением современных методов управления. Стратегия принятия решений по эффективному управлению должна строиться на обоснованном определении уровня экономической эффективности. Растущий интерес менеджеров компаний к эффективному управлению есть одна из важнейших особенностей современной экономики. Рынок обусловил потребность активного внедрения в сферу бизнеса и экономики вопросов, связанных с повышением эффективности управления. Характерной особенностью для многих нефтегазовых предприятий на современном этапе, в период обострения кризисного состояния экономики является дальнейшее поступательное развитие и разработка модели эффективного управления нефтегазовым производством.

Вопрос по поводу содержания общей модели эффективности производства остается спорным на протяжении всего периода развития теории эффективности. Существует несколько методологических подходов к построению модели экономической эффективности производства.

Первый, наиболее распространенный подход, основан на принципе сопоставления результата (эффекта) с затратами и (или) ресурсами. Он приводит к трем вариантам модели экономической эффективности; ресурсной, затратной и смешанной (ресурсно-затратной).

$$\text{Эпр} = \frac{\text{результат}}{\text{затраты(ресурсы)}}$$

Где: Эпр - уровень экономической эффективности производства.

Сторонники «ресурсной» модели эффективности полагают, что все элементы труда – рабочая сила, производственные фонды и природные ресурсы – одинаково необходимы для создания потребительной стоимости, поэтому результата производства, по их мнению, следует рассматривать как функцию от объемов всех производственных ресурсов.

Сторонники «затратной» модели непосредственными факторами роста производства считают труд и повышение его плодотворности, то есть, по их мнению, рост объемов производства является результатом уменьшения общих затрат живого и овеществленного труда на единицу продукции.

Сторонники «ресурсно-затратной» модели считают, что текущие издержки производства не охватывают всех ресурсов, примененных в производстве, поскольку не включают ту часть основного капитала, которая переходит в следующий цикл воспроизводства, а также годовые затраты общества на расширенное воспроизводство и накопление. Поэтому они полагают, что при измерении экономической эффективности производства должны учитываться как текущие, так и единовременные затраты (ресурсы) [2, с.124].

Определение эффективности в виде относительных (средних) величин не является единственно возможным, существуют и иные подходы к определению модели эффективности. По мнению ряда экономистов, в качестве модели эффективности применимы предельные характеристики, представляющие дополнительный результата при увеличении факторов производства на одну единицу и получаемые из условия, что результат (R) и факторы (x_i), от которых он зависит, связаны между собой зависимостью типа производственной функции:

$$R = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Где: R - результат; x_i – факторы эффективности производства.

Частные производные этой функции по каждому фактору dR/dX_i представляют собой специфические измерители эффективности каждого

отдельного фактора, которые часто называют предельной эффективностью (производительностью). Третий подход к формированию модели эффективности производства основан на методе факторного анализа, который предполагает, что результирующий показатель и формирующие его факторы находятся в детерминированной (функциональной) зависимости. Формальное выражение такой взаимосвязи может быть представлено моделью вида:

$$Y = a * b + c * d + e$$

Где: a, b, c, d, e – факторы эффективности производства; Y – результирующий показатель.

Среди экономистов идет непрерывная дискуссия о количестве показателей эффективности: может ли эффективность производства быть оценена единым показателем (обобщающим, интегральным) или для этого нужна система показателей. Наибольшее распространение получили две концепции: первая – обобщающий показатель эффективности производства теоретически допустим, но его построение затруднено, вторая – построение обобщающего показателя невозможно, эффективность производства можно измерить только системой показателей. Многие ученые пришли к выводу, что для оценки эффективности производства необходим один обобщающий показатель, «синтезирующий» результат действия все факторов эффективности, которые характеризуются частными показателями [3]. Основными аргументами в пользу разработки одного обобщающего показателя являются разнонаправленность динамики частных показателей эффективности и, следовательно, невозможность по их изменению определить характер изменения эффективности производства; многофакторность процесса повышения эффективности производства; упрощение процедуры измерения эффективности; однозначность выводов о её динамике.

Большинство экономистов считают, что для количественной оценки эффективности нефтегазового производства целесообразно применять систему показателей, которая позволит на основе принятых критериальных положений научно обосновать и достоверно определить уровень эффективности нефтегазового производства. В некоторых работах сформулированы основные требования к системе показателей оценки эффективности нефтегазового производства [4], среди которых следует выделить: системный подход,

целостность, ориентацию на конечные результаты, оценку различных аспектов и форм эффективности, отражение роста (изменения) эффективности, использование иерархического принципа построения, упорядоченность, логическую взаимосвязь и сопоставимость показателей, возможность комплексной характеристики эффективности нефтегазового комплекса и нефтегазовых компаний.

Литература

1. План нации -100 конкретных шагов – Астана, 2015.
www.government.kz.
2. Рудьман Я.В. Эффективность управления предприятием [электронный ресурс]. – режим доступа: <http://conference.be5.biz/r2013/4466.htm>.
3. В.Ф. Дунаев, В.Д. Шпаков, Н.П. Епифанова, В.Н. Лындин. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности: Учебник. Под ред. В.Ф. Дунаева. - М.: ФГУТИ Пзд-во «Нефть и газ» РГУ нефти и газа им. П.В. Губкина. - 352 с.. 2006.
4. Андреев А.Ф., Самохвалова Е.П., Пельменева А.А., Бурыкина Е.В. и др. Основы экономики и организации нефтегазового производства— М.: Академия, 2014. — 320 с.

**Волошина О.О., к.е.н., доцент,
Зверев О.В., магістрант, Рупенко В.С., магістрант**
Донбаська державна машинобудівна академія

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

В період глибокої політичної і економічної кризи, яку переживає сьогодні Україна, основною метою підприємств є не збільшити обсяги виробництва, а залишитися на ринку і не стати банкрутами. Події 2013-2014 років призвели до необхідності переорієнтації виробництва з російського ринку і ринку країн СНГ до розвинутого європейського ринку. Зона вільної торгівлі з країнами Європи з одного боку розширила можливості виробників для реалізації своїх товарів та послуг, а з іншого підвищила вимоги до якості продукції. Таким чином, вітчизняні підприємства практично кожної галузі стали перед проблемою розробки нової стратегії розвитку і, в першу чергу, інвестиційної стратегії.

В період економічної і політичної кризи, яка розпочалася в Україні в 2014 році особливу увагу слід приділяти енергетичним підприємствам, які в цей період виявилися в ситуації невизначеності у зв'язку з проблемами поставок антрацитового вугілля. З одного боку попит на продукцію енергетичної галузі є нееластичним, навіть у період глибокої економічної кризи населення буде споживати електроенергію і платити за нею. З другого боку підприємствам енергетичної галузі необхідно було швидко переорієнтуватися з поставок вугілля з Донецького регіону на інші, що потребувало технічного переозброєння підприємства. Такі підприємства, як ПАТ «Донбасенерго», ПАТ «Центренерго», ПАТ «Дніпроенерго» повинні були швидко перегляди свою інвестиційну стратегію.

В сьогоднішніх ринкових обставин господарювання успішна діяльність великих і середніх промислових підприємств досить ускладнена. Володіючи великою виробничою потужністю і кадровим потенціалом, ефективність їх роботи майже дорівнює нулю. Іншими словами, численні компанії в даний період просто виживають, розмірковуючи тільки про те, як не спрацювати собі в

збиток. Основні цілі і задачі інвестиційної стратегії великих підприємств представлено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Основні цілі і задачі інвестиційної стратегії

Основні вимоги	Зміст показника
Цілі інвестиційної стратегії	<ul style="list-style-type: none"> - максимізації прибутку від інвестиційної діяльності; - мінімізації інвестиційних ризиків; - забезпечення покращення стану підприємства за рахунок ефективної інвестиційної діяльності.
Задачі інвестиційної стратегії	<ul style="list-style-type: none"> - дослідження зовнішнього інвестиційного середовища і прогнозування кон'юнктури інвестиційного ринку; - технічні і маркетингові дослідження з метою передбачення наслідків інвестицій; - пошук нових, більш прибуткових інвестиційних можливостей; - оцінку привабливості інвестиційних проектів і відбір найбільш ефективних; - оцінку інвестиційних якостей фінансових інструментів і відбір найбільш ефективних; - розробку капітального бюджету; - формування оптимальної структури інвестування; - підготовка рішень про своєчасний вихід з неефективних інвестиційних проектів і реінвестування капіталу.

Формування та створення загальної економічної політики в цілому, і інвестиційної політики зокрема, вважається важливою обставиною роботи кожного промислового підприємства. Основні цілі і завдання, які повинні бути досягнуті та розв'язані в ході здійснення загальної економічної політики, необхідно фіксувати у відповідних документах. Однак, проведений аналіз показав, що у більшості компаній енергетичної галузі відсутні документи по виробленню і узгодженню основних напрямків їх економічної діяльності, як в короткостроковій, так і довгостроковій перспективах. Таким чином, виникає необхідність розробки акту нормативного характеру, що регламентує основи формування інвестиційної політики як самостійного елемента в рамках загальної стратегії компаній.

Прикладом такого документа може стати «Положення про інвестиційну політику». В даному положенні повинні бути визначені основні цілі та завдання інвестиційної політики компанії, об'єкти інвестування та джерела фінансування інвестиційних проектів. Для цілей цього положення під інвестиційною політикою компанії мається на увазі комплекс заходів, спрямованих на вигідне

вкладення власних і позикових коштів в короткостроковій і довгостроковій перспективах, з метою отримання максимального доходу і досягнення позитивного ефекту при мінімальному рівні ризику і витрат. Ефективна реалізація та досягнення запланованих цілей інвестиційної політики сприяють підвищенню фінансової стійкості компанії і зміцненню його позицій згідно стосункам до іншим підприємствам сфери, накопичення фінансових ресурсів з метою реалізації відтворювальної та інноваційної діяльності. Перерахування необхідних умов розробки і розвитку інвестиційної політики компанії, а також оцінки її якості за допомогою певної системи показників викликає питання про певних виконавців даної розрахунково-аналітичної роботи. Традиційно всю роботу пов'язану із збиранням, обробленням, коригуванням та аналізом економічної інформації по компанію в цілому і окремих підрозділах, реалізують фахівці економічного відділу.

Як правило, енергетичні компанії України є досить великими, тому і обсяг необхідної для проведення досліджень інформації вважається досить великим, а його обробка і аналіз скрутним для одного фахівця. З цієї причини, доцільним є формування у великих і середніх компаніях спеціального інвестиційного відділу як самостійної одиниці в рамках загальної системи управління. Створення і функціонування інвестиційного відділу сприятиме більш ретельному вивченню всіх сторін діяльності компанії, виявлення прихованих резервів і виробленні пріоритетних напрямків його розвитку з метою отримання максимального прибутку і досягнення соціального ефекту.

Д.е.н. Павлова В.А., Лук'яненко В.В.
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»

ПРО РІВНІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Як наслідок підвищення конкурентоспроможності підприємств є зростання продажів й вихід на закордонні ринки, що пов'язано із збільшенням кількості компетентних працівників, налагодженням співпраці з постачальниками. Розглядаючи вітчизняний ринок полімерної сировини, слід констатувати, що українські компанії, в основному, займається продажами вторинної полімерної сировини від провідних світових виробників. Наявність офіційних представництв в багатьох країнах дозволяють організовувати безперебійне постачання клієнтам високоякісних полімерних матеріалів.

Вітчизняні й закордонні компанії пропонують широкий асортимент полімерної сировини, але конкуренція є більш жорсткою серед компаній-посередників. Іншими словами, слід знаходити власний сегмент продажів та мати досить гнучкий портфель пропозиції. Зокрема, сьогодні динамічно зростає попит на термопластичні еластомери та поліуретани, отже, це може стати вибором для виробників і посередників.

Проблемою, яка знижує рівень конкурентоспроможності, є полімерна сировина, що характеризується низькою якістю.

Це впливає на недоброчесність в конкурентній боротьбі компаній з вітчизняними та закордонними постачальниками, де виграють ті, що пропонують низькоякісну та дешеву полімерну сировину.

Відтак, компанії-посередники, які пропонують дійсно якісні полімерні матеріали, повинні залучити всі інструменти для того, щоб підвищити попит та обсяги реалізації цих матеріалів.

На сьогоднішній день одним з дієвих методів підвищення обсягів продажу сировини полімерних матеріалів є пропозиція конкурентоспроможної продукції на підґрунті аналізу ринку і діяльності підприємств-конкурентів

Наші попередні дослідження показують, що прийнятним методом розрахунку конкурентоспроможності є метод отримання інтегрального

показника за модифікованою моделлю, що базується на використанні таксономічного методу, основу якого складає система фінансових показників, а застосування методу не призводить до зростання витрат на дослідження [1].

На його базі нами проведено розрахунок конкурентоспроможності шести компаній, що функціонують на ринку полімерних матеріалів. Дослідження було проведено двічі з урахуванням зміни диверсифікаційної моделі першого і шостого підприємства (рис. 1).

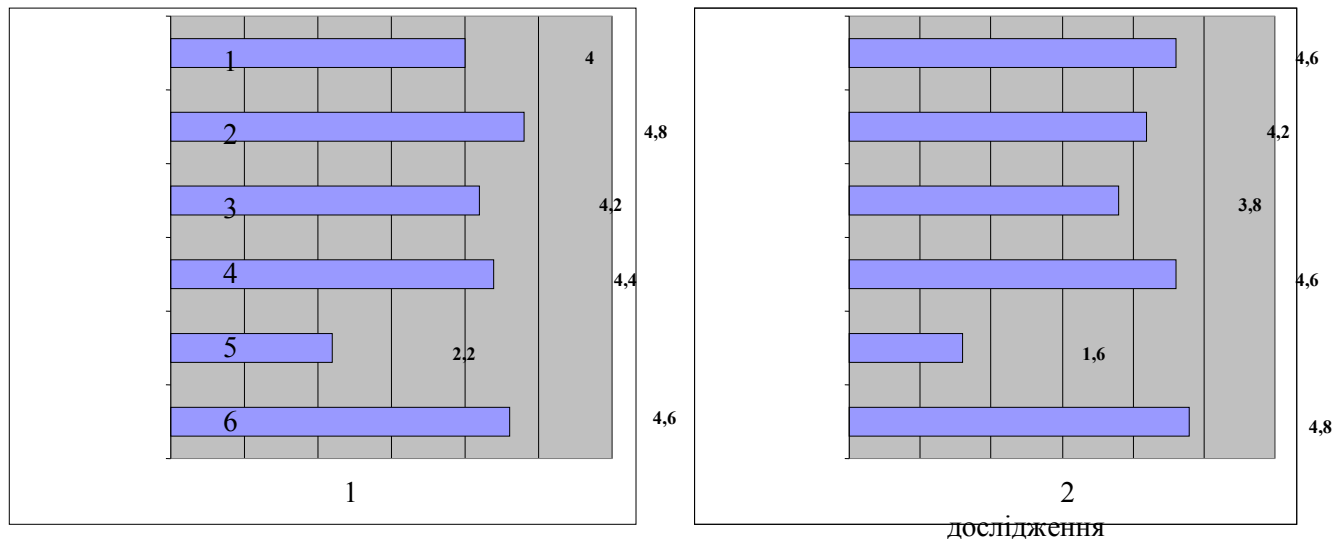


Рис. 1. Порівняння рівнів конкурентоспроможності компаній
в межах завдань дослідження

Для формування висновків було залучено шкалу І. Ансоффа [2], яку він пропонує для визначення рівня конкурентоспроможності, частково модифікувавши її: $0 \leq K \leq 0,50$ – незадовільний рівень конкурентоспроможності; $0,51 \leq K \leq 0,80$ – задовільний рівень конкурентоспроможності; $0,81 \leq K \leq 1,00$ – високий рівень конкурентоспроможності (табл. 1).

Групування підприємств дозволяє визначати шляхи підвищення конкурентоспроможності у найближчій перспективі та розробляти комплекс заходів, спрямованих на покращення поточного стану.

Таблица 1

Оцінювальна шкала рівня конкурентоспроможності

Рівень якості	Шкала	Межі бальної оцінки
Високий	$0,81 \leq k \leq 1,00$	4,05 – 5,0
Задовільний	$0,51 \leq k \leq 0,80$	2,55 – 4,0
Незадовільний	$0 \leq k \leq 0,50$	2,5 – 0

Таким чином, за результатами розрахунків можна дійти таких висновків. За першим дослідженням групи підприємств за рівнем конкурентоспроможності розподілилися так: до групи якості «Високий рівень» ввійшли підприємства 2, 3, 4, 6; до групи «Задовільний рівень» якості – підприємство 1; до групи «Незадовільний рівень» якості – підприємство 5. За другим дослідження результати відповідно: «Високий рівень» – 1, 2, 4, 6; «Задовільний рівень» – 3; «Незадовільний рівень» – 5. Отже, підприємство 1 перейшло до групи більш високого статусу; підприємство 3 понизило статус; підприємство 5 залишилося в групі «Незадовільний рівень». Періодичний розрахунок конкурентоспроможності дає змогу менеджменту розробляти заходи, що дозволяють зберігати статус або переходити до групи більш високого рівня, зокрема, переглядаючи стратегію чи диверсифікаційну модель.

В умовах посилення конкурентної боротьби для вітчизняних підприємств першочерговим стає завдання збереження і підвищення конкурентоспроможності. Розв'язання зазначеного завдання пов'язано з удосконаленням управління, яке в контексті кризових явищ в економіці набуває особливої актуальності у зв'язку з мінливістю зовнішнього середовища та підвищенням ризику господарської діяльності.

Література

1. Павлова В.А. Оцінювання і прогнозування конкурентоспроможності підприємства: монографія / В.А. Павлова, Р.В. Губарев. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2015. – 188 с.

2. Ансофф И. Стратегическое управление [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/508412/>

К.е.н. Оксана Кузьменко, А.Д. Піунова
Університет імені Альфреда Нобеля, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ПОРТЕРУ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «КРИЛА»

Конкурентне середовище на ринку має свої особливості воно впливає на безліч чинників діяльності підприємства в першу чергу конкуренція дуже впливає на асортимент підприємства. Тому підприємству завжди потрібно задовольнити попит, перш ніж це зроблять його конкуренти.

Якщо група продуктів, що випускається підприємством не буде оптимально спланованою, то відбудеться неминуче зниження рівня прибутку та будуть втрачені перспективні конкурентні позиції. А через це підприємство може втратити добре економічне положення на ринку. Тому формування оптимального асортименту, оптимізації прибутку, збереженню бажаного прибутку на тривалий період часу, дуже актуально для підприємств, які прагнуть бути конкурентноздатними.

До чинників, що впливають на формування асортименту продукції у закладі швидкого харчування і, відносяться: попит, виробництво, зона діяльності закладу, стан матеріальний технічної бази.

Підприємство ТОВ «Чікен-Київ» часто в свої маркетинговій та збутовій діяльності користуються ціновими акціями, завданнями яких є: збільшити товарообіг; залучити нових покупців; утримувати увагу, відволікати від конкурентів; імідж.

Важливу роль у діяльності підприємства є визначення цільової аудиторії. Для того щоб дослідити цей показник було використано засіб анкетування. За допомогою анкети досліджено такі показники як вік відвідувачів, стать відвідувачів, кількість грошей які витрачаються щоденно на обід, Заклад який найбільш популярний серед відвідувачів, зміг дізнатись який саме чинник важливий у виборі закладу серед відвідувачів, та найголовніше анкетування дало уявлення про те чи готові потенційно відвідувачі спробувати відвідати крила замість свого звичайного місяця обіду.

Анкетування проводилось в різних точках м. Дніпро, щоб отримати найбільш ширше уявлення про цільову аудиторію. Кількість респондентів на анкетуванні склала 50 чоловік. Більшість показників які було досліджено в анкеті в подальшому мали вагомий вплив на формування уявлення у керівництва про діяльність закладу та складання нового маркетингового плану.

З отриманих даних можна зробити висновок що приблизно 80% відвідувачів складають молоді люди віком до 25 років. Виходячи з цього план маркетингу повинен мати більшу орієнтацію на нові тенденції які мають популярність серед молоді. Заклад повинен бути у тренді щоб бути популярним серед цільової аудиторії.

Продовжуючи аналіз вибору закладу було встановлено, що зокрема ціни на продукцію дуже впливовим чинником є місцезнаходження закладу та якість продукції, що виготовляється.

Результати опитування щодо часто відвідуваних закладів харчування міста, було виявлено декілька конкурентоспроможних кафе та ресторанів. Серед усіх закладів лідируюче місце займають перш за все піцерії такі як «GUSTO» та «Corleone». Ці заклади в першу чергу і складають гарну конкуренцію ТОВ «Чікен-Київ» швидкого харчування адже вони працюють на ринку не перший рік і мають величезну базу клієнтів.

Для мінімізації конкуренції з боку цих закладів було створено меню в якому зібрані страви які стали фішкою нашого закладу наприклад найсмачніші крильця можна скуштувати тільки в «Крилах», для тих хто любить суші в меню представлено 7 найпопулярніших ролів які значно дешевші ніж у конкурентів та не поступаються якістю. Ці фактори дали змогу отримати більшу лояльність від споживачів та збільшити кількість візитів до нашого закладу.

Наприкінці анкетування було запропоновано скуштувати найдешевше комбо меню у ТОВ «Чікен-Київ» замість свого звичайного обіду. Результати відповідей більшості респондентів були позитивними адже більшості людей хотілося побачити щось нове.

Отже, за результатами анкетування можна зробити висновок, що потенціал для розвитку закладу «Крила» є досить непоганим. Конкуренція на ринку хоч і присутня але її рівень не великий і це не є перешкодою до збільшення положення на ринку. Зокрема виявлення цільової аудиторії анкетування дало

змогу зрозуміти що заклад швидкого харчування «крила» має деякі проблеми із рекламою, більшість опитуваних нічого ще не чули про заклад і про те що він вже існує у м. Дніпро.

Тому одним із головних пунктів маркетингового плану є розробка рекламної компанії для закладу. В ході компанії було виділено 3 основних напрями рекламування: реклама на місцевому радіо; реклама на бігбордах; створення сторінок закладу у соцмережах.

За допомогою анкетування також було оцінено потреби цільової аудиторії які не були задоволені існуючими закладами харчування. ТОВ «Чікен-Київ» почав розробку стратегії, яка б задовольняла максимальну кількість потреб населення із мінімальними витратами.

Така ситуація може бути виправдана сьогоднішнім, так як ТОВ «Чікен-Київ» враховує кризову ситуацію на ринку та направляє зусилля з маркетингу саме на актуальні види послуг.

Регионална икономика

Залеский Б.Л.

Белорусский государственный университет

БЕЛАРУСЬ – КЫРГЫЗСТАН: АКТУАЛЬНАЯ МЕДИЙНАЯ ТЕМАТИКА СОТРУДНИЧЕСТВА РЕГИОНОВ

В июле 2018 года Соглашение о сотрудничестве в сфере информации Республика Беларусь подписала с Кыргызской Республикой – страной, входящей в Евразийский экономический союз. Цель этого документа – поощрять регулярный обмен информационными материалами о политической, экономической, социальной и культурной жизни обоих государств, а также развивать сотрудничество между редакциями. При этом «кыргызская сторона предложила и новое направление взаимодействия в сфере информации. В частности, речь идет о сотрудничестве на уровне региональной журналистики» [1]. О том, что тематический портфель публикаций в региональной прессе Беларуси и Кыргызстана в этой связи может быть весьма разнообразным, говорят многие факты, в основе которых лежит констатация того, что «кыргызско-белорусские отношения динамично развиваются по широкому кругу вопросов, в том числе в политико-дипломатической сфере, экономике, культурно-гуманитарной области» [2].

Например, в 2017 году белорусский экспорт в эту страну Центральной Азии превысил 300 товарных позиций: от молочных продуктов и грузовых автомобилей до древесно-стружечных плит, мебели, обоев. Здесь действует более 50 представительств субъектов товаропроводящей сети и дистрибьюторов белорусских предприятий. В ноябре 2016 года здесь открылось сборочное производство тракторов МТЗ и сервисного центра по обслуживанию сельскохозяйственной техники на базе бишкекского предприятия “Автомаш-Радиатор”. Тогда же «УПП “Нива-Холдинг” (Солигорск) зарегистрировало в Министерстве юстиции Кыргызстана белорусское предприятие ОсОО “Нива-Шахтоспецстрой”, которое планирует производить оборудование для горнодобывающей промышленности и гидротехнического строительства из комплектующих, выпускаемых на предприятии “Нива-Холдинг”» [3]. А в планах

– создание на кыргызской земле сборочного производства белорусских зерноуборочных комбайнов, речь о котором идет в подписанном Меморандуме о сотрудничестве между Министерством сельского хозяйства, пищевой промышленности и мелиорации Кыргызстана, ОАО “Гомсельмаш” и дилером белорусского предприятия ОсОО “Автомаш-Радиатор”. Кроме того, в рамках восьмого заседания межправительственной кыргызско-белорусской комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству, состоявшегося в октябре 2018 года в Бишкеке, белорусская сторона предложила кыргызским партнерам реализовать совместный проект по созданию молокоперерабатывающего предприятия, заинтересованность в котором выразило Министерство сельского хозяйства, пищевой промышленности и мелиорации Кыргызской Республики. Речь в данном случае идет об организации на территории этой центрально-азиатской страны предприятия, которое на основе белорусского сырья, а также специально разработанной в Беларуси технологии, могло бы выпускать молоко, мороженое, кисломолочные продукты – кефир, йогурты, сметану, творог, мягкие сыры. А «в перспективе планируется выйти с продукцией данного предприятий на китайский рынок» [4]. Кроме того, последовательно развивая региональные экономические связи с партнерами в Кыргызстане, белорусская сторона в августе 2018 года поставила в кыргызскую столицу 15 низкопольных троллейбусов производства ОАО “Белкоммунмаш”, где будет организовано еще и обучение водителей Бишкекского троллейбусного управления. Интересная деталь: эта «техника была закуплена по проекту “Развитие общественного транспорта города Бишкек”, финансируемого Европейским банком реконструкции и развития» [5].

На расширение белорусско-кыргызского сотрудничества в выставочно-ярмарочной деятельности нацелено Соглашение о сотрудничестве между белорусским Национальным центром маркетинга и конъюнктуры цен с выставочной компанией ОсОО VI Expo из Бишкека, которое нацеливает белорусских экспортеров на активное участие в международных выставках и ярмарках, проводимых ежегодно в Кыргызстане. В 2018 году экспозиция производителей из Беларуси уже была представлена на международной выставке пищевой индустрии Food Expo Kyrgyzstan, которая является наиболее важным отраслевым мероприятием в данной стране. Помимо белорусских экспортеров, в ней участвовали компании из Болгарии, Индонезии, Италии, Казахстана, России,

Турции, Узбекистана, Франции, Шри-Ланки. Посетили этот деловой форум около трех с половиною тысяч человек, 95 процентов из которых – профессионалы пищевой индустрии. Возможно, благодаря и этой выставке «товарооборот между Беларусью и Кыргызстаном в январе-октябре 2018 года составил \$98,49 млн, основная часть которых приходится на долю белорусского экспорта (\$90,96 млн)» [6], ведь важнейшими позициями в белорусских поставках на кыргызский рынок являются молоко и сухие сгущенные сливки, сливочное масло, сыры и творог сахар. Заметим, что в апреле 2019 года экспозиция белорусских предприятий вновь будет представлена на Food Expo Kyrgyzstan-2019 в рамках таких тематических разделов, как продукты питания, оборудование для пищевой промышленности, товары и услуги для оснащения предприятий общественного питания, упаковочная продукция, халяль-индустрия.

Литература

1. Беларусь и Кыргызстан подписали соглашение о сотрудничестве в сфере информации [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://www.belta.by/society/view/belarus-i-kyrgyzstan-podpisali-soglashenie-o-sotrudnichestve-v-sfere-informatsii-309989-2018/>
2. Матвеев, В. Главы МИД Беларуси и Кыргызстана подтвердили намерение активизировать двустороннее сотрудничество / В. Матвеев // [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://www.belta.by/politics/view/glavy-mid-belarusi-i-kyrgyzstana-podtverdili-namerenie-aktivizirovat-dvustoronnee-sotrudnichestvo-324657-2018/>
3. Интервью Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Кыргызской Республике А. Страчко информационно-аналитическому журналу “Конъюнктура рынков” (№1, 2018 г.) [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://mfa.gov.by/press/smi/ba775717cb6a991b.html>
4. Беларусь предлагает Кыргызстану совместный проект по созданию молокоперерабатывающего предприятия [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/belarus-predlagaet-kyrgyzstanu-sovmestnyj-proekt-po-sozdaniyu-molokopererabatyvajuschego-predpriyatija-322349-2018/>
5. В Бишкек поставили 37 троллейбусов белорусского и российского производства [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/v-bishkek-postavili-37-trollejbusov-belorusskogo-i-rossijskogo-proizvodstva-313496-2018/>
6. Беларусь примет участие в выставке Food Expo Kyrgyzstan в Бишкеке [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/belarus-primet-uchastie-v-vystavke-foodexpo-kyrgyzstan-v-bishkeke-333552-2019/>

Финансови отношения

К. е. н., доцент Мартиненко В. В.

Університет Державної фіскальної служби України

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ СПРИЯТЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ В МІЖНАРОДНИХ ПОРІВНЯННЯХ

У сучасних умовах реформування податкової політики набуває актуальності проблема співвідношення між податковим навантаженням на економіку та обсягом податкових надходжень до бюджету, що є основою оптимізації податкової системи на макрорівні. При цьому виникає конфлікт інтересів – з одного боку Уряд прагне максимізувати податкові доходи держави, з іншого – платники податків мають на меті мінімізацію податкових витрат. Проте, в умовах розвиненого громадянського демократичного суспільства та високого рівня економічної грамотності населення антагоністичність інтересів суб'єктів оподаткування нівелюється у зв'язку з пріоритетністю суспільного інтересу. Тоді можна вести мову про сприятливість податкової системи розвитку суспільства.

Формалізацію рівня сприятливості податкових систем країн світу вдалося реалізувати консалтинговій фірмі Pricewaterhouse Coopers на замовлення Світового банку у щорічному рейтингу “Paying Taxes” [1]. Методичні засади 2018 року рейтингування країн за ступенем сприятливості умов для сплати податків визначається шляхом сортування їх віддаленості від граничного показника, визначеного для індикатора. Загальний бал для країни за показником віддаленості від граничного показника в оподаткуванні є середнім арифметичним чотирьох показників рейтингу:

- загальної ставки податків і внесків, %;
- часу на оформлення, подання звітності і сплату податків, год/рік;
- кількості податкових платежів;
- індексу процедур після подачі податкової звітності і сплати податків [2].

У методиці рейтингу сприятливості податкових систем “Paying Taxes” загальна ставка податків і внесків розраховується як відношення всіх обсягів

податків і внесків, які має сплатити умовна стандартна середня компанія з урахуванням існуючих пільг (податок на прибуток підприємств, соціальні внески і податки на працю, сплачені роботодавцями, податки на власність, податки з обороту, місцеві податки і збори, податки на транспортні засоби тощо) до комерційного прибутку умовної компанії. Комерційний прибуток умовної компанії (КП_{ук}) обчислюється за формулою:

$$\text{КП}_{\text{ук}} = \text{ВРП} - \text{СРП} - \text{ВЗП} - \text{АВ} - \text{ІОВ} - \text{Р} + \text{ВП}_{\text{км}} - \text{ПВ} + \text{ПД} - \text{КА},$$

де ВРП – виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

СРП – собівартість реалізованої продукції;

ВЗП – валова заробітна плата;

АВ – адміністративні витрати;

ІОВ – інші операційні витрати;

Р – резерви;

ВП_{км} – виручка від продажу капітального майна;

ПВ – процентні витрати;

ПД – процентні доходи;

КА – комерційна амортизація (0% для землі, 5% для споруд, 10% для машин і обладнання, 33% для комп'ютерів, 20% для офісного обладнання, 20% для вантажівки і 10% для видатків на розвиток підприємств).

При цьому, до загальної ставки з податків і соціальних внесків застосовується поріг, що обмежує мінімальний рівень, який береться до уваги, а також нелінійне перетворення.

Методика також передбачає обрахунок показника часу на оформлення, подання звітності і сплату трьох основних видів податків і відрахувань (у годинах на рік): податку на доходи підприємств, податку на додану вартість та (або) податку з продажів, а також податків на робочу силу, включаючи податки на заробітну плату і соціальні відрахування [1].

Показник кількості податкових платежів включає в себе загальну кількість сплачених податків і відрахувань, метод сплати, частоту сплати, частоту подачі звітності і кількість відомств, задіяних у процесі, в стандартному випадку умовної компанії на другий рік її роботи. Цей показник включає в себе податки, утримувані компанією, такі як податок з продажів, ПДВ і податки на зарплату, що сплачуються за рахунок співробітників [1].

Індекс процедур після подачі звітності та сплати податків заснований на чотирьох компонентах: часу на дотримання вимог для повернення ПДВ, часу на отримання повернення ПДВ, часу на дотримання вимог перевірки з податку на прибуток, і часу для проходження перевірки з податку на прибуток [1].

Отже, методика Світового банку “Paying Taxes”, за якою щорічно проводиться ранжування країн світу за рівнем сприятливості податкової системи, є найбільш достовірною та повною, оскільки оцінює переважну більшість ключових показників розвитку оподаткування на мікрорівні. У щорічних звітах міститься також аналіз основних позитивних і негативних зрушень у розвитку податкових систем країн за регіональним принципом, що може бути використано як авторитетне джерело інформації для порівняльного аналізу, наприклад, України з іншими країнами, та стане об’єктом дослідження автора в подальшому.

Література:

1. Paying Taxes: [Електронний ресурс] // Офіційний сайт проекту Світового банку “DOING BUSINESS”. – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploretopics/paying-taxes>.
2. Doing Business 2018 Reforming to Create Jobs: [Електронний ресурс] / A World Bank Group Flagship Report // Офіційний сайт проекту Світового банку “DOING BUSINESS”. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>.

Отдел човешки ресурси

DBA-student Guldana Aimukhanbetova
International Business School (Switzerland)

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL

The problem of strategic management of the intellectual capital of the company is considered. Modern corporate strategies of management of the intellectual capital are analyzed. Concepts of the intellectual capital are revealed. The main steps of strategy of management are considered.

Intellectual capital includes knowledge, work culture, values, skills, creativity, information channels, production experience of specific people and such material assets as organization culture, its infrastructure, patents, data bases, software and trademarks that the company uses to get profit and other benefits. Intellectual capital is also the amount of knowledge of the employees of the company and all tools for increasing knowledge, that is, everything that provides competitiveness for the company.

The development strategy of the company's intellectual capital is a complex of interrelated, objective, most priority directions of formation and improvement of all elements of intellectual capital corresponding to the total development strategy of the company and ensuring long-term sustainable increase in the efficiency of its functioning.

Intellectual capital refers to new, more complex forms of capital with great socio-economic potential activity, acting as a kind of indicator development of any organization of the national economy.

It is important to keep in mind that the effectiveness and value of intellectual capital is determined and self-expanding only in the context of specific company development strategy. The most successfully the intellectual capital can develop in line with the targeted activity to create new products or services and organizational and structural activities for the development of new niches in markets. Development

depends on how large the company able to organize research and development, concentrate the necessary intellectual, material and financial resources.

In accordance with the structure of intellectual capital, including human, organizational and client capital, A.L. Gaponenko singled out seven management strategies of intellectual capital (Gaponenko, 2001).

According to the author of the article, the main task in the formation of intellectual capital's management strategy consist in its accumulation, and in turning it into unique and difficult coping market assets of a company. Increasingly, unique knowledge and employee competencies, brands, technological know-how, new business model and other intangible assets of the company prove to be a pledge of distinctive advantages in rivalry with numerous competitors.

There are a number of approaches to the formation of a management strategy of the intellectual capital. The implementation of these approaches is expanding the management capacity in the field of quality improvement of intellectual capital, diversifying the structure of this component of capital. The use of similar approaches is effective in a situation where the development and implementation of management strategies of intellectual capital rely on staff of high creative level. This highlights the significance of human capital in the development of competitive strategy of the enterprise. The choice of approach to the formation of the management strategy of intellectual capital is determined by the degree of maturity of the enterprise, that is depends on the stage of the life cycle of the enterprise. This is due to the fact that the role of constituents and individual elements of intellectual capital changes depending on the stage of the life cycle acceptance. This role also depends on the focus and degree of innovation activity of high-tech enterprise.

Nowadays, in practice, various types of intellectual capital management strategies are implemented, but the basis of these strategies is a model that describes the relationship between human, organizational and client capital. In this case, a number of strategies are formed using knowledge gained from one of the components of intellectual capital. Other strategies are developed based on the interaction of various types of intellectual capital. There is also a strategy that considered for enterprises with a high level of controllability, because it takes into account simultaneous interaction and uniform development of all components of intellectual capital. This strategy is usually used by developing and self-learning organizations that can simultaneously effectively manage all the components of the intellectual capital.

For the formation of a strategy for managing intellectual capital we will take as a basis the scenario approach, so it is advisable to use the following algorithm shown in the figure 1.

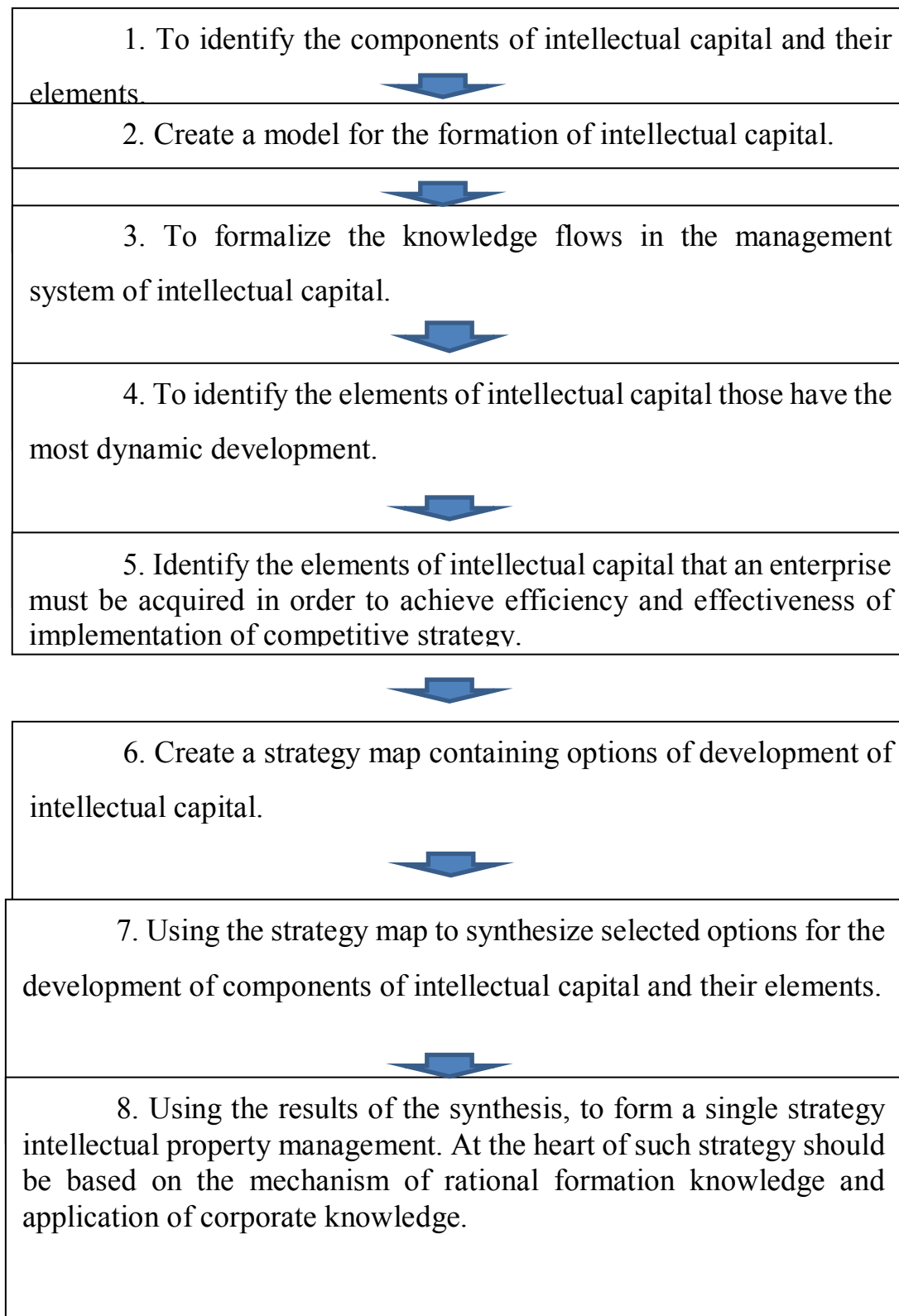


Figure 1 - Algorithm of formation of strategy of intellectual capital management

The intellectual capital management model covers a wide range of elements of such capital. Combination of these elements provides an opportunity to form various management strategies of management. In addition, the model allows to formalize the responsibilities of management in the system of intellectual capital management. In the practical implementation of the strategy, such advantages provide a model with four components of intellectual capital: market resources - human resources – investment intellectual property as a resource - infrastructure resources.

However, depending on the characteristics of activities of high-tech enterprise, the models of strategic management can turn out to be quite complex and “opaque” in relation to redistribution, transformation and transfer of knowledge flow within enterprises. Therefore, in order to raise awareness management and eliminate the possibility of inefficient synthesis due to the diversity of the original combinations of strategies, it is required to establish the strategic importance of the elements of intellectual capital, identifying the extent of their impact on efficiency and re-effectiveness of competitive strategy implemented by an enterprise.

When developing a competitive strategy for a high-tech enterprise, it is necessary take into account the uniqueness of the company, first of all those exclusive intellectual property rights property owned by the company. In practice, it is the unique competences that the staff owns; in many respects determine the qualitative content of the components of the intellectual capital of the organization.

Formation and preservation of the uniqueness of a high-tech enterprise at a competitive the market is achieved by an appropriate intellectual capital management strategy that should ensure a balanced development of the components of intellectual capital and their elements. Implementation intellectual capital management strategies primarily affect the creation of new value embodied in innovative products, personnel and business processes implemented by high-tech enterprise.

This strategy will perform barrier to the rapid entry of competitors with new products since elements of intellectual capital is difficult to reproduce even in the long run. So, competitive strategy ensuring the preservation of the uniqueness of the enterprise, through the development of intellectual capital forms the concept of long-term innovation development of high tech enterprises [3].

the need for strategic planning is mainly due to high volatility external environment. Therefore, the company's strategy should be and updated in accordance with changes in the conditions of the functioning and with the development of the

enterprise. But on the other hand, to fulfill its purpose, the strategy should be relatively steady and constant. From here follows one very important principle, which must be considered when developing a strategy: it must consist, firstly, of deliberate targeted actions and, secondly, reactions to unforeseen developments and to increased competition. A change in strategy is usually carried out when “local” changes become a lot: quantity goes into quality. Well thought out the strategy usually lives for several years, requiring only minor changes to adapt to changing conditions [4].

Thus, it can be concluded that for any organization desires to ensure competitiveness in modern an innovative economy, it is needed an intellectual, a simple and easy-to-use system for controlling capital, including access to new knowledge, its distribution, asset knowledge management.

Литература:

1. Гапоненко А.Л. Интеллектуальный капитал // М.: ИПК госслужбы, 2001.
2. Соловьёва П. В., Ланская Д. В. Стратегическое управление интеллектуальным капиталом компании //ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ. – 2014. – С. 325-331.
3. Зайцев А. В., Баранов В. В. Стратегическое управление интеллектуальным капиталом высокотехнологичного предприятия //Креативная экономика. – 2009. – №. 12.
4. Стратегическое управление интеллектуальным капиталом промышленного предприятия. – Уфа: Изд-во Гилем, Башк. энцикл. 2016. – 232 с.

Маркетинг и управление

Красовська О.Ю., к.е.н., доцент
Орел Л.О., магістр з маркетингу
Університет імені Альфреда Нобеля

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Формування стратегії, в умовах динамічного розвитку, що відбувається у зовнішньому середовищі підприємства, є одним з вирішальних інструментів, які допомагають йому зберегти свої позиції на ринку. Формування стратегії полягає в розробці певного бачення майбутнього розвитку підприємства, а також у використанні прогресивних методів управління, що дозволить, у свою чергу, прийняти найбільш вигідний вектор розвитку, що принесе максимально ефективні економічні результати. Стратегія – це основа для створення довгострокових конкурентних переваг.

Серед вчених-економістів немає єдиного чіткого визначення поняттю «стратегія»: кожен з них трактує його по своєму, беручи до уваги лише окремі його аспекти.

Однією з найпопулярніших концепцій серед дослідників є розгляд «стратегії» як плану та моделі дії, напрямку розвитку. Так, О. І. Наумова вважає, що стратегія підприємства – «це плани та напрямки дій, що визначають розподіл ресурсів, які фіксують зобов'язання щодо здійснення певних дій під час досягнення поставлених цілей» [1].

Ряд вчених, на чолі з Г. Мінцбергом, вважають, що в основі поняття «стратегія» лежать також поведінка, інтуїція та досвід керівника підприємства. Його головними постулатами є відкидання аналітично-наукового пояснення «стратегії», необхідність винахідливості та синтезу: «Інтуїція та нововведення не піддаються формалізації чи інституціоналізації розробки стратегії, як і творчість неможливо звести до вузьких рамок». Головною особливістю даного підходу є те, в рамках обраного курсу (напряму) підприємства залишається гнучким та має право вибору при мінливості та нестабільності ринку. В ХХІ столітті, саме

ця стратегія набула найбільшої популярності – адже волатильність ринку не дає змоги планувати з високою долею точності майбутні зміни.

3. Є. Шершньова – є яскравим представником цього напрямку. Вона розкриває поняття стратегії як довгостроковий курс, який представлений декількома альтернативними варіантами. Підприємство обирає той чи інший варіант керуючись власними міркуваннями, але не віддаляючись від заданого курсу – політики підприємства [2].

Вітчизняний науковець, Г. В. Строкович, розглядає стратегію з точки зору її прямого взаємозв'язку з ідеологією та фактично ототожнює одне з іншим: «Стратегія – це ідеологія розвитку, якісної конкретизації у вигляді орієнтирів і станів підприємства, послідовності дій з їх досягнення в рамках сформованих цілей» [3].

Стратегія виходу підприємств на зовнішні ринки – це ринкова концепція управління, в основі якої лежать принципи організації виробничо-комерційної діяльності підприємства, що включає в себе наукові і дослідницькі розробки, виробництво, збут, просування і післяпродажне обслуговування товару. Ця концепція формується з урахуванням існуючих і майбутніх потреб закордонних сегментів ринку, на якому працює компанія, з метою найбільш повного задоволення довгострокових інтересів організації [3].

Головною особливістю цього фактору у розрізі побудови стратегії виходу на зовнішні ринки полягає у тому, що необхідно враховувати не тільки конкурентів, які є резидентами в цій країні, але й готуватися до боротьби з транснаціональними корпораціями. Також, необхідно визначити власний рівень конкурентоспроможності підприємства, та віднайти свої конкурентні переваги перед іншими компаніями.

З практичного боку стратегію виходу підприємства на зовнішні ринки можна визначити як систему заходів, здійснюваних фірмою на зарубіжних ринках з вивчення, формування і задоволення попиту на пропоновані товари та послуги для ефективного досягнення своїх цілей.

Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки має свої специфічні особливості, які залежать від країни, в якій здійснюється маркетингова діяльність, і товару, що просувається на міжнародний ринок.

Головною необхідністю розробки маркетингових стратегій є забезпечення довгострокового виживання компанії в жорстких конкурентних умовах світового ринку.

Основними етапами розробки міжнародної маркетингової стратегії є [1]:

- визначення місії компанії;
- визначення стратегічних цілей і завдань;
- оцінка бізнес-портфеля компанії і формулювання стратегії.

Процес формулювання стратегії передбачає оцінку маркетингової макро-, мезо- і мікросередовища, а також співвіднесення пропонованої формулювання стратегії з цінностями керівництва компанії і з її соціальною відповідальністю.

Процес формулювання стратегії завершується її оцінкою, затвердженням і реалізацією. На останньому етапі стратегічного планування здійснюється розробка основних напрямків діяльності компанії на зовнішньому ринку, формалізуються у вигляді міжнародних маркетингових програм з інновацій, ціноутворення, розподілу і просуванню її товарів і (або) послуг.

Сферою застосування маркетингу та його інструментів є стратегічне поле діяльності організації, тобто сукупність зарубіжного цільового ринку і призначеного для нього продукту компанії.

На вибір міжнародної маркетингової стратегії впливає безліч факторів, серед яких виділяють: відношення керівництва компанії до інтернаціоналізації бізнесу, вироблені товари і (або) послуги, реалізовані компанією, наявність конкурентних переваг компанії та облік конкурентної ситуації на зарубіжному цільовому ринку.

Література

1. Маркетингові стратегії росту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/imag/market/gar_mark/image037.jpg
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навчальний посібник [Електронний ресурс] / З.Є.Шершньова. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/21968/>
3. Данилюк, Е.С. Международный маркетинг [Электронный ресурс] / Е.С. Данилюк. – Гродно : ГрГУ им. Я. Купалы, 2009. – 95 с.

канд. екон. наук, доцент Яременко С.С., магістр Петроченко М.О.
Університет імені Альфреда Нобеля

ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ЛАСУНКА»

Ринок морозива зараз розвивається та займає домінуючу позицію на ринку. Пропаганда використання натуральних інгредієнтів, і поступове відмовляння від консервантів і синтетичних добавок роблять своє діло. Зараз на ринку морозива «Ласунка» займає одну з лікуючих позицій і доцільним буде використати стратегію росту, стратегію підтримки та посилення конкуренції. За допомогою маркетингової стратегії підприємство може контролювати попит на продукцію, впливати на поведінку споживачів та контролювати свою частку ринку. Метою ТОВ «Ласунка» є максимальне зростання обсягів продажу, охоплення більшої частки ринку та отримання конкурентних переваг. Однією із стратегій, яку може використовувати підприємство є стратегія зростання, яка полягає у тому, що підприємство зробить усе можливе, щоб з конкретним продуктом на певному ринку завоювати кращі позиції.

Для просування товарів підприємства на ринок передбачені наступні дії:
підписання довгострокових договорів з посередниками, що знаходяться в інших містах;

відкриття нових представництв - оптових торгових точок у регіонах, де є тенденція до збільшення попиту на продукцію підприємства;

розробка ефективної рекламної стратегії, яка б забезпечила виконання вищезазначених заходів.

Виходячи з поставлених завдань, можна визначити ефективну для підприємства стратегію рекламної діяльності, яка буде полягати в наступному:

продовження робіт з удосконалення етикетки для основних видів продаваного морозива;

розміщення реклами в магазинах, на рекламних щитах і в деяких газетах;

проведення спонсорської та патронатної діяльності в рекламних цілях;

участь у міських, обласних, національних і міжнародних ярмарках, конкурсах якості.

Для виконання поставлених перед підприємством маркетингових задач необхідно насамперед удосконалити організаційну структуру. Відділ маркетингу підкоряється безпосередньо директору по маркетингу і містить у собі бюро стратегічного маркетингу, бюро реклами, а також фахівців з економіки, асортиментній політиці і технологів.

Компанія «Ласунка» використовує маркетингову стратегію ринкового челленджера. Ринковий челленджер існує в кожній галузі, у кожній сфері бізнесу, у кожній країні. Для таких компаній особливо привабливою є стратегія атакування ринкового лідера, аналогічної організації або меншої за розміром. Атакувати лідера дуже ризиковано, але й перспективно. Розрізняють три види стратегії челенджера: фронтальна атака, флангова атака та обхідний наступ. Слід вважати, що ТОВ «Ласунка» має зупинитись на цій стратегії, тому що:

по-перше, зараз у м. Дніпро є тільки один виробник морозива «Ласунка» преміум класу, який орієнтований переважно на високодохідний сегмент ринку та має визначення на міжнародному ринку. Цей сегмент, при правильному його розвитку, може давати великі прибутки, тому що ця частина населення хоче отримати максимально якісний продукт за надані кошти (приваблива упаковка, натуральне виробництво, поєднання смаків та ін.);

по-друге, зараз компанія «Ласунка» пропонує найширший асортимент більше 120 видів морозива і не всі з них користуються однаковою популярністю. Слід виявити найбільш пріоритетні і надалі більше уваги приділяти саме їх розвитку. Також, проводити опитування серед споживачів на тему, які види морозива вони хотіли б бачити та купувати.

ТОВ «Ласунка» відноситься до підприємств, що має сильну конкурентну позицію. У порівнянні з конкурентами виявлено, що «Ласунка» займає одну з лідируючих позицій. Для того, щоб утримувати свої позиції компанії «Ласунка» можна запропонувати наступні стратегії:

Пошук незайнятої ніші. Наприклад, створити морозиво зі злаками, тим самим залучити до своїх споживачів сегмент спортсменів або людей які слідкують за фігурою;

Пристосування до конкретної групи споживачів. Розвивати і надалі існуючого виробника преміум класу, додаючи різноманітні NEW - товари для своїх споживачів (продукти швидкого харчування, молочні коктейлі тощо);

Створення кращого товару. Робити все можливе для підвищення якості товару, створити умови для розвитку персоналу, створити дружну команду професіоналів. Які зможуть доказати, що компанія є найкращою у своїй галузі.

Захоплення невеликих фірм – агресивна політика зростання за рахунок своїх дрібних конкурентів.

Створення відмітного іміджу – спрямоване на розвиток переваг стратегії диференціації продукції шляхом створення у споживачів доброго, привабливого образу підприємства, що запам'ятовується .

ТОВ «Ласунка» має всі можливості для подальшого розвитку на ринку морозива. Для цього компанії слід надалі покращувати якість свого товару; розширювати асортимент; дбати про імідж компанії; проводити акції для залучення нових клієнтів та заохочувати своїх постійних клієнтів. Підсумовуючи все вище викладене, можна сказати, що у підприємства при грамотному управлінні у всіх його структурах, з його сучасним потужним обладнанням і висококваліфікованим персоналом, сильної збутовою політикою є всі шанси зайняти лідируючу позицію на ринку морозива.

Література:

1. Вибір стратегії конкуренції залежно від позиції фірми на ринку / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://polka-knig.com.ua/article.php?book=10&article=824>

2. Коршунов В.І. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві: Автореф. Дис... д-ра економ. наук: 08.06.02 / Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. – 36 с.

СЧЕТОВОДСТВО И ОДИТ

Tkachenko S. A.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Acting Chancellor of the “International Technological University “Mykolayiv Polytechnics”, Ukraine

Potyshniak O. M.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Organization of Production, Business and Management of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, Ukraine

METHODOLOGICAL AND INFORMATIONAL TOOLS OF INTEGRATED ECONOMIC-ANALYTICAL SUPPORT IN THE IMPLEMENTATION OF COMMERCIAL AND INDUSTRIAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES

In the current conditions of global integration processes, as the global market is saturated with products and aggravation of competitive relations between producers, it is no longer the volume of production that determines the size of possible sales, but, on the contrary, the likely size of sales, marketing costs and the mass of profit are the main factors in developing a production program by producer firms. Subjects of entrepreneurial activity should produce only such products and in such a volume that they can meet the growing needs of consumers by their qualitative, price and other factors and can be reliable and cost-effective on the market.

Sales volumes, commercial production costs, production cost of sold products and marginal profit directly affect the effectiveness of the marketing strategy of industrial enterprises. Therefore, the economic analysis of the indicators of marketing activity has become determinative in these times.

Although, the issue of conducting an economic analysis of the marketing activities of enterprises paid considerable attention in the writings of authors, yet remains an unsolved problem in the possibility of the formation and provision of information methodological and informational tools of economic analysis for the comprehensive assessment of the effectiveness of the commercial and production strategy of the enterprise and as a consequence of the adoption of appropriate managerial making market research departments.

In this context, the aims of this publication serves identify possible areas to address the above mentioned issues that require urgent attention in modern conditions integration of Ukraine into the world community.

To achieve the set goal you need to solve the following key tasks: To study the features and role of methodological and informational tools of economic analysis in the implementation of marketing activities of enterprises; To identify the disadvantages of the methodological and informational tools of economic analysis in the implementation of commercial and production activities of firms-producers; Identify possible directions for improving the methodological and informational tools of economic analysis in the implementation of production and sales activities by economic entities.

Marketers of industrial enterprises on the basis of received information from analytical and accounting and economic services and self-generated data of so-called managerial accounting conduct an economic analysis of production and sales activities in order to obtain a comprehensive assessment of the effectiveness of the marketing function of business entities.

Thus, initial data and information stands methodological tools and accountancy in the implementation of marketing activities of enterprises.

And, sources of information for conducting an economic analysis of the comprehensive assessment of the effectiveness of the commercial and production strategy of the enterprise are data: Plans of marketing services; Primary accounting documents; Journals number 5 and 6, turnover data, corresponding sheets of the main book, accounting financial reporting; information and analytical registers (information) of managerial (internal) accounting (report on the estimation of gross income, report on the calculation of transport costs for delivery of products, income statement (loss), sales report, the report on the cost of rotation, a report on profitability; business structure report, etc.).

Based on the data of the accounting department and formed their own media marketers determine the list of the most important indicators that can, in their view, comprehensively characterize the effectiveness of commercial and industrial activity. These may include the following: sales; gross profit; level of sales and administrative expenses; profitability of sales; turnover of accounts receivable; gross cash flow - capital expenditures; accounts receivable over 60 days; net cash flow; cost of sold products; the cost of products written off; percentage of marriage; sales plan in pieces;

fact of sale in pieces; percentage of performance in units; sales plan in UAH; Percentage of plan execution in UAH; volume of warehouse reserves at the beginning of the month, UAH; stock turnover inventory, days.

These indicators are summarized in consolidated information and analytical tables, in which the data are given both for the reporting period and for the selected for comparison, deviations are determined.

The information in the consolidated information and analytical tables is the basis for the employees of the department of economic analysis market research marketing activity management efficiency of enterprises.

However, it should be noted that although this methodological and informational tool for economic analysis and provides information about the disparate marketing indicators and determines the impact of various factors on them, obtain data that would enable to comprehensively assess the effectiveness of the commercial and production strategy of firms producing industrial products practically impossible. This is explained by the fact that in the developed system of economic analysis of their production and sales activities, enterprises have completely lacked a sequence of interconnections between the established goals (both general and intermediate), the necessary tools for marketing functions for their achievement and indicators that would provide the opportunity Comprehensive appraisal of the effectiveness of commercial and production strategy.

As a consequence, it should be noted that the marketers of enterprises in their further activities should be taken into account the comments we noted. Their awareness and implementation of appropriate measures in the practice of enterprises will provide the opportunity for marketers to reliably assess the effectiveness of the production and marketing strategy of economic entities in the current market conditions and, as a result, adopt more rational and well-considered management decisions aimed at gaining competitive advantages over rivals.

ФИЛОСОФИЯ

Философия на религията

**Филос.ғ.к., доц. Хамзеева Б.
2 курс магистранты Умбетов С.**

Нұр-Мұбарак ЕИМУ

ДІНИ ФУНДАМЕНТАЛИЗМГЕ ТӘН ЕРЕКШЕЛІКТЕ

Бүгінгі бұқаралық ақпарат көздерінде және академиялық әлеуметтік-философия, саясаттану, әлеуметтану, психология, дінтану сияқты гуманитарлы ғылым салалары әдебиеттерінде қазақ халқының діндарлығы және оның өзіндік ерекшеліктері кеңінен талқыланып жатыр. Бұл тақырыптың өзектілігі тек Қазақстанда ғана емес, сонымен қатар бүкіл әлемде болып жатқан тарихи оқиғалармен сабақтас екені белгілі. Қазіргі әлем болмысына мән берсек, соңғы жүз жылда «діни өркендеу» және «қайнар көздерге оралу» сияқты категориялар өзекті проблемаға айналып, зерттеу нысаны болып отыр. Діни өркендеу дегеніміз не? оның негізгі қағидалары қандай? Қазіргі қоғамда діндарлықтың кең таралуын проблема ретінде қарастыруға бола ма, әлде бұл модаға деген үстіртін еліктеу ме? Діндарлық пен «дінсіздік» өзара қалай ерекшеленеді, шынайы діндарлық туралы айтуға бола ма және оның қағидалары қандай? Көптеген ғасырлар бойы секулярлы бағытты ұстанған қоғамда фундаменталистік бағыттың өрбуінің себептері неде? Бұл сұрақтардың барлығы заманауи ғылымның, соның ішінде дін социологиясының, дін философиясының негізгі проблемалары болып табылады.

Бүгінгі күнде әдебиеттерде фундаментализмнің көптеген анықтамаларын кездестіруге болады, бірақ олардың ешқайсысы бұл құбылыстың мәнін толықтай ашпайды. Кейбір авторлар бұл түсініктің кең мағынаға ие деп санайды, соған сәйкес бұл термин «діни догмалардың өзгермейтінін насихаттайтын, "қасиетті" кітаптардағы пайғамбарлар мен ғажайыптардың сөзбе - сөз қабылдауын талап ететін, және оның қатаң түрде аллегориялық түсіндірілуінен бас тартатын, ақыл-ой, санаға қонымды дәлелдерден гөрі, соқыр сенімді ұстанатын, сонымен қатар,

діннің барлық дәстүрлі қағидаларын қатаң және мүлтіксіз орындауды талап ететін діни бағыттарға қатысты» қолданылады дейді [1, 515 б.].

Бұл құбылыстың ішкі аспектілерін зерттеген Л.И. Василенко фундаментализмнің тар шеңберлі мағынасына сүйене отырып, фундаментализм «моральдік релятивизм, жыныстық азғындаушылық, саяси бағдарсыздықтың негізгі оппоненті және отбасылық дәстүрлер мен қарапайым інжілді, бастапқы американдық құндылықтардың қорғаушысы...» ретінде атап өтеді [2, 231 б.]. Осыған ұқсас, фундаментализмге П.С. Гурьевич те мынадай анықтама береді: Фундаментализм бұл қандай да бір діни ағымның фундаменталды негіздеріне оралуды қамтамасыз ететін діни-мәдениетті бағдар және мәдениеттегі терең дәстүрдің өркендеуіне нұсқама болып табылады» [3, 635 б.]. Фундаментализмнің позитивті мазмұнын кейбір авторлар келесідей атап өтеді: «Белсенді түрде алғашқы қайнар көздерге оралу немесе діннің бастапқы таза формасын қалыптастыруды көздейтін діни және діни-саяси қозғалыстар мен ағымдардың идеологиясы» [4, 4 б.].

Фундаментализмде діни-идеологиялық элементтерден басқа саяси идеологияның элементтері де бар. Фундаменталды ағымдар өздерінің діндарлықтың идеалы ретінде таза және құтқаратын сенімге пенденің тек жеке қатынасы ғана емес, сонымен қатар мемлекетте мінсіз қоғам құру үшін тәртіптің орнығуын талап етеді. Фундаменталистік қозғалыстар кейде «секталы» немесе «еретикалық» сияқты формада анықталады [5, 159 б.]. Өйткені бұлар қалыптасқан шіркеулік ортодоксияны әсіре зайырлы деп айыптап, оларға қарсы конфликтке қатысуы мүмкін. Сектада, шынымен де, бірлестіктің әрбір мүшесінің «үндеуіне» және «рухани өркендеуге» көңіл бөлінеді [6, 75 б.].

Секталар сияқты фундаменталистік қозғалыстар қатал таңбалық шектеулерге баса назар аударады. Мәселен құндылықтарды «таза» және «жаман» деп бөліп қарастыру. «Таза құндылыққа» фундаменталистік қауымның ішінде орналасқан құндылықтарды жатқызса, жаман атаулыға қауымнан тыс бүкіл әлемдегі дүниелерді жатқызады. Міне осындай көзқарастан кейін фундаменталистер иләһи сенімді қоғамның тарихи, саяси, мәдени қырларынан тазартуды маңызды көреді. Мұндай оқшаулану үрдісіне кейбір зерттеушілер АҚШ тағы фундаменталистік бағыттарды мысалға келтіреді. АҚШ-тағы христиандық фундаменталистік топтар өздерін толықтай дүниелік «лас» ортадан оңашалап, қарапайым тұрмыстық шаруашылықпен өмір сүріп, электр

энергиясы мен өркениеттің заманауи құралдарын қолданбайды. Қоғаммен қатынасқа түсуден өздерін алшақ ұстайды. Бірақ зерттеушілер фундаменталистік қозғалыстардың, соның ішінде христиандық фундаменталистік бағыттардың өз ішінде қарама-қарсы тенденцияларының бар екендігін атап өтеді. Мәселен, олар әлеммен қатынаста қарқынды өзара әрекеттеседі, саясатқа қатысады, осылайша әлемді «таза сенімге шақыруға» тырысады [7, 112 б.].

Фундаменталистік дүниетанымда әдетте харизматикалық, беделді көшбасшының болуы және кіршіксіз таза, абыройға дақ салмайтын жүріс-тұрыс ережелерін қамтитын қатал бұйрықтар жиынтығы бар [8, 36 б.]. Мұндай көшбасшылар аталған ережелерді қарсылықтың анағұрлым кең қозғалыстарымен біріктіруге тырысады. Көп жағдайда фундаменталистік қозғалыс көшбасшыларының бойында қатты негативті бағдары бар, интеллектуалды қасиеттер кездеседі. Олардың ең негізгі қарсылығы дәстүрлі құндылықтарды өзгертуге негізделген, сонымен қатар, қоғамды зайырлы және діни субмәдениеттерге бөлу болып табылады.

Бүгінгі таңда АҚШ пен Еуропадағы христиандық фундаменталистік діни ұйымдардың өсуі, соңғы отыз жылдағы ең қарқынды құбылыстардың бірі болып табылады. Фундаменталистер түсінігінше "Киелі кітап" - саясаттың, үкімет пен бизнестің, отбасылық өмір мен басқа да тұрмыстық проблемалар шешімінің жолсілтемесі болып табылады. Фундаменталистер сенімінде Інжіл ешқандай қателігі жоқ иләһи кітап ретінде құрметтеледі және оның мазмұны құдай ақиқатын білдіреді. Христиандық фундаментализм ұстанушылары Исаның тәңірлік болмысына сенеді. Сонымен қатар, егерде әрбір сенуші адам Исаның шапағатына сенетін болса, өз рухының құтқарылу мүмкіндігіне ие болады. Сол үшін фундаменталистер христиандық ілімді барша адамзатқа таратуды өздеріне міндеттеп, барлық күш жігерін осы жолға арнайды.

«Фундаментализм» термині ХХ ғасырдың басында протестанттықта нақтырақ айтқанда АҚШ-та пайда болды. Бұл құбылыстың түп-тамырын кейбір авторлар сонау реформация дәуірімен байланыстырады. Ал батыс фундаменталистік бағыт өкілдері өздерін М. Лютер, Ж. Кальвин немесе У. Цвингли ілімдерінің ізін жалғастырушылар деп жариялайды [9].

«Протестантизм реформация (лат. reformatio – қайта құру, түзеу) барысында пайда болды. Реформация – бірқатар еуропа елдеріндегі шіркеуді евангелия мұраттары рухында қайта құруға бағытталған және ортағасырлық

католицизмдегі бұл мұраттарға сай келмейтіннің бәрін бұрмалаушылық деп санаған қозғалыс. Реформаторлар адам мен Құдайдың тікелей сұхбаттасуын талап етеді. Барлық протестанттарды Рим папасының билігін мойындамау

біріктіреді». Реформаторлық қозғалыстың алғашқы өкілдерінің бірі, индульгенцияға қарсы шыққан Мартин Лютер болды.

Шынымен де, реформацияның негізгі идеясы болып болашаққа бағдар жасау емес, керісінше алғашқы христиандыққа оралу болып табылды. Протестантизмнің тарих сахнасына шығуы өз ішінде «негізге» шақыратын әртүрлі діни қозғалыстардың туындауына себепші болды. Олар христиан іліміне ешқандай жаңалық енгізбей, тек қана жат нәрседен тазартып, алғашқы негіздерге оралатындығымен ерекшеленген. Осылайша, шіркеулік өзгертулер мен реформаторлардың ілімдерінде христиандық шіркеуді «апостолдық кезеңге» қайтару талпынысын байқауға болады. Себебі протестанттардың көзқарасынша, католик мектебі ғасырлар бойы «нағыз Христос ілімінен» алшақтап кетті деп санайды. Протестанттық фундаментализм інжілге оралуды қолдайды және әлемдік соборлардың қаулылары мен шіркеу әкейлерінің еңбектерінің ерекше рөлін жоққа шығарады.

Протестанттық фундаментализм принциптері 1895 жылы Ниагара-Фоллс қаласында өткен конференцияда пасторлар тобымен ұсынылды. Бұл "фундаменталистік" қағидаттар мынадай доктриналарды қамтыды:

Інжіл жазбасының жойылмағандығы;

Иса мәсіхтің шынайы тәңірлік болмысы мен оның ерекше туылуы;

Күнәһәр адамзат үшін айқышқа керіліп, қаза табуы;

Мәсіхтің болашақта физикалық қайта тірілуі

Бұл қағидаттарды 1910 жылы пресвитериандық Бас ассамблея мақұлдады және басқа да консервативті діни ұйымдарды қабылдады. 1909-1915 жылдары Калифорния штатында миллионерлер Р. Торри мен Л. Диксон "Негіздер" ("The Fundamentals") атты 12 томдық мақалалар жинағын басып шығарды. 1919 жылы 12 томды пайдалану ыңғайлы болу үшін 4 томға басып, АҚШ пен бүкіл әлем бойынша басылымның кең таратылуын жалғастырды, негізінде тегін таратылды.

Реформатор өкілдері құдай сөзінің тек қана бір қайнар көзін, яғни інжілді ғана мойындаған. Христиандық нанымның шындығы тек сол кітапта ғана деп есептеген. Лютер былай деп жазады: «Рухтың әділ, еркін және нағыз христиан

болуы үшін Христоспен уағыздалатын Құдай сөзінен басқа көкте де, жерде де шапағатшы ешкімі жоқ». Тағы да Лютер «Қасиетті Інжілмен жұмыс істей отырып, бұл Құдайдың сөзі деп ойлау керексіңдер» және де «Қасиетті Кітап жерде өспеген» деп атап өтеді [10, 23 б.].

Сонымен қатар, фундаментализм дүниетанымына тән бір қасиет ол-сенімде өркендеу идеясы. Мысалы «Ривайвелизм» деген ұғымға тоқталатын болсақ, бұл ұғым христиандық және протестанттық фундаменталистік бағыттарға тиесілі. «Ривайвелизм» дегеніміз діндар адамның белгілі бір шіркеуге немесе фундаменталистік қауымға қатыстылығы және сенімін қайта жаңғырту актісі болып табылады. Мұндай құбылыстар ислам, иудаизм, буддизм мен индуизмде кездеседі.

Бүгінде фундаментализм түсінігі экстремизм мен терроризм сияқты заманауи өмірдің құбылыстарымен тікелей байланысады [11, 474 б.]. Біздің көзқарасымыз бойынша, бұл бір жағынан мәселені шектейді, екінші жағынан жеңілдетеді, шешімді жалған арна бойынша бағыттайды, бұның тез шешілу иллюзиясын жасайды. Экстремизм бұл - ерекше түрдегі қылмыстар, бұлар әдетте жеке өзіндік пайдакүнемдік мүддеден ада және идея үшін өзін өзі құрбандық етудің жоғары дәрежесімен үйлеседі [12, 14 б.]. Идея үшін құрбан болу қабілеті барлық діндерде діншілдіктің жоғары формасы ретінде сипатталады, әсіресе басқа құндылықты-нормативті және құқықтық жүйелерімен күресу кезінде. Бұл кезде діни экстремизм фундаменталистік идеялармен байланыспауы да мүмкін және керісінше, фундаменталистік діншілдік экстремисттік түрде де болмауы мүмкін.

Фундаментализм дүниетанымы бойынша басқа діндерді адасушылықта деп түсінеді. Себебі фундаменталистік көзқараста жалған діндерге қарсы тұру керек, тіпті қажет болған жағдайда түбінен жою деген түсінік бар. Бұл қатаң ережеден тек қана негізі бар немесе пайғамбармен құрметтелген діндер ғана тыс қалады. Өйткені мұндай уахиден түскен алғашқы діндер «шынайы» болып табылады. Осылайша, христиандық фундаментализм жиі жағдайда иудаизмді тура дін деп түсініп, исламды мойындамайды; ал ислам фундаментализмі иудаизм мен христиандықты тәңірден түскен тура дін деп қабылдап, исламның негізінен шыққан бахаизмді мойындамайды.

Фундаменталистік қозғалыстардың көбі саясаттың басымдылығына сенеді, алайда бұл жағдайларда діни саясат немесе толықтай діни дүниетаныммен бағыттталатын саясат туралы қозғалып отыр.

Қандай да бір діндегі діншілдіктің фундаменталистік типінің пайда болу шарттарын **ішкі** (осы діни дәстүр мен сенімдік ілімге негізделген құрылымдар мен ұйымдардың байланысы) және **сыртқы** (осы діни дәстүр өмір сүретін мәдени, саяси және экономикалық жағдайлармен байланысты) деп бөлуге болады. Ал енді жоғарыда аталған ішкі сипаттама шартына кеңірек тоқталсақ.

Қандай да бір дінде фундаменталистік идеялардың туындауының негізгі себептерінің бірі – ілесушілерді біріктіретін «шіркеудің» болуы болып табылады. Бұл «шіркеу» діни саланы, кейде тіпті мемлекетпен қатынас аясын да монополияландыруға тырысады.

Екінші маңызды фактор – доктриналды аспект болып табылады: доктринаның құрылымдығы, яғни доктринаның когнитивті және символикалық шекараларының бар болуы.

Мұнда айта кететін жайт, осы екі жағдай христиан, ислам және иудаизм сияқты монотеисттік діндерде ғана болады. Және дәл христиандықтың шеңберінде аталмыш ұйымдастырушылық және доктриналды аспектілер анағұрлым толықтай дамыған. Дәл христиандықта саяси билікпен белсенді әрі толыққанды серіктестік құрған күшті ұйымдар (шіркеулер) пайда болды. Иудаизм мен исламда мұндай тенденциялар жоғарғы деңгейде дамымады.

Бұл тенденция біріншіден, монотеисттік діндерде ортақ әрі басымдылыққа ие болған құдай, адам және әлем арасындағы байланысқа негізделеді. Екіншіден, барлық монотеисттік діндер о дүниенің маңыздылығын дәріптегенімен, құтылудың негізі осы өмірде екендігін білді. Осыдан, пенделік өмірдің және қызметтің дұрыс бағдарлануы өте маңызды мәнге ие болды. Соның нәтижесінде, тарихы терең әлемдік діндер мен жаңа діни ағымдардың арасында теке тірестер көрініс тапты.

Индуизм мен буддизмде басқа жағдай байқалады. Бұл діни дәстүрлерде қатты трансцендентті әлемге дағдылануына қарамастан, бұл діндерде когнитивті доктриналардың қатал құрылымдығы және оларды салт жоралғылардан шектеу жоқ. Сонымен қатар, доктриналарды жер бетінде іске асыру идеялары да жоқ.

Қорыта келгенде фундаментализм бүгінгі таңда күрделі әрі қарама-қайшы әлеуметтік-тарихи феномен болып қала береді. Бұл құбылыс философтардың, дін мамандары мен саясаткерлердің, мәдениет қайраткерлері мен қарапайым адамдардың әрқашанда үлкен қызығушылығын оятқан. Фундаментализм әр түрлі формада қоғамның барлық салаларында көрініс табады. Діни фундаментализм тарихи жағынан фундаментализмнің бірінші формасы ретінде танылып, зерттеудің негізгі нысаны болып қала береді. Бұл құбылыс потенциалды тұрғыдан кез-келген діни санада кездеседі, белгілі бір тарихи жағдайларда дами алады және әртүрлі діни және саяси топтардың әлеуметтік-саяси мақсаттарында көрініс тауып, қол жеткізу құралы ретінде қолданыла береді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Атеистический словарь / А. И. Абдусамедов [и др.] ; под общ. ред. М. П. Новикова. – М. : Политиздат, 1983. – С. 515.
2. 19. *Василенко, Л. И.* Краткий религиозно-философский словарь / Л. И. Василенко. – М. : Истина и жизнь, 2000. – С. 231.
3. *Гуревич, П. С.* Фундаментализм / П. С. Гуревич // Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М. : Респуб-лика, 2001. – С. 635.
4. *Левин, З. И.* Предисловие / З. И. Левин // Фундаментализм / отв. ред. З.И. Левин – М. : Институт востоковедения РАН- Изд-во «Крафт+», 2003.
5. *Гуревич, П.С.* Фундаментализм и модернизм как культурные ориентации / П.С. Гуревич // Общественные науки и современность. –1995. – No 4. – С. 159.
6. Основы религиоведения : учебник / под ред. И. Н. Яблокова. – М. : Высш. шк., 1998. – С. 75.
7. *Woodbridge, C.* Bible Separation / Charles Woodbridge. – Halifax, Canada: The People's Gospel Hour Press, 1971. – P. 112.
8. *Айзенштадт, С.* Фундаментализм: феноменологические наблюдения и сравнительные характеристики / С. Айзенштадт // Человек. – 1994. – No 6. – С. 36.
9. *Scates, P. E.* Liberal-bane- the Real Truth about Christian Funda- mentalism / Paul. E. Scates //www.sullivan-county.com
10. *Лютер, М.* 95 тезисов / М. Лютер ; сост., вступ. ст., примеч. и коммент. И. Фокина. – СПб. : Роза мира, 2002. – С. 23.
11. *Weisbrod, B.* Fundamentalist violence: political violence and political religion in modern conflict / B. Weisbrod // International social science journal. : ISSJ. – Oxford, 2002. – Vol. 54. – No 4. – P. 474.
12. *Требин, М. П.* Терроризм в XXI веке / М. П. Требин. – М. : Хар-вест, 2003.

ПУБЛИЧНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ

Засилване на ролята на държавен служител на настоящия етап на развитие на обществото

К.т.н. Акимбаев Е.Ж.

*Национальный университет обороны имени
Первого Президента Республики Казахстан - Елбасы*

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ЭВАКУАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Сегодня для Казахстана, наряду с традиционными угрозами, сформировались новые вызовы безопасности государства.

Выступая в 2018 году с Посланием народу Казахстана Президент Республики Казахстан Назарбаев Н.А. обозначил: «В последнее время усиливаются процессы мировой политической и экономической трансформации. Мир стремительно меняется. Рушатся казавшиеся незыблемыми устои системы глобальной безопасности и правила международной торговли...» [1].

Этим вызовам должна противостоять и гражданская оборона, которая должна эффективно выполнять стоящие перед ней задачи и в полной мере соответствовать реалиям и вызовам сегодняшнего дня, а также прогнозам возможной обстановки на среднесрочную и дальнейшую перспективу.

К новым вызовам и угрозам можно отнести такие явления, как международный терроризм в различных его формах, рост экстремистских действий на межэтнической и межконфессиональной почве, массовую миграцию населения с территорий, где осуществляются террористические акты и ведутся военные действия. Такую опасность представляет «центрально-азиатское направление», где Узбекистан, Таджикистан, Киргизия и Туркмения. По прогнозам аналитиков, после ухода основного состава контингента войск США из Афганистана, возможен захват власти талибами, устремления которых, в том числе, направлены на Центрально-Азиатские республики, имеющие сильную исламскую религию.

Определенную опасность представляет террористическая организация ДАИШ (ИГИЛ), которая видит нашу республику, с сильной исламской религией, в составе так называемого государства «всемирный халифат».

При обострении обстановки на южных границах Централно-Азиатских государств, большая масса беженцев может хлынуть в Казахстан. Это может привести к непредвиденному, резкому увеличению численности населения на территории республики, в крупных и мелких населенных пунктах, в том числе в городах, отнесенных к группам по гражданской обороне.

Исследуя способы защиты населения, необходимо отметить, что эвакуация является еще одним способом его защиты в военное время. Способом защиты самым надежным с точки зрения физической защиты: если человек из потенциально опасной зоны заблаговременно вывести, то, естественно, никаких поражений он не получит. В то же время – способом защиты очень сложным в организационном, материальном, финансовом и моральном плане. Но как показывает опыт даже ограниченных военных конфликтов, альтернативы эвакуации сегодня нет.

Новый термин «массовая эвакуация» подразумевает эвакуацию всего населения с территории одной или нескольких областей на территорию других областей, имеющих потенциальную возможность размещения на безопасной территории, в том числе не оборудованной по условиям первоочередного обеспечения населения, значительного количество эвакуируемых.

Если обратится к основным нормативным правовым актам, можно выделить следующее, что по действующим нормам и правилам эвакуация должна осуществляться из городов, отнесенных к группам по гражданской обороне.

В то же время, исходя из Военной доктрины можно сделать вывод, что такой необходимости нет [2]. При этом возникает необходимость анализа всей территории на предмет возможного размещения населения при проведении эвакуации.

В этом случае, на территории территориальной единицы (район, область, город) должны быть определены и заранее подготовлены безопасные районы для «своего» населения, эвакуируемого с территорий, определённых в соответствии с нормативными правовыми документами, в том числе городов, отнесенных к группам по гражданской обороне. Также должны быть предусмотрены мероприятия по определению безопасных территорий, которые могут быть приспособлены, по необходимости, для приема населения при возникновении «массовой эвакуации» и других экстренных случаев, приведенных выше, которые не предусматриваются, в настоящее время, планами гражданской обороны [3].

При этом такие территории могут иметь значительные ограничения по первоочередному жизнеобеспечению эвакуированного населения.

С этой целью Национальным университетом обороны имени Первого Президента Республики Казахстан проводятся исследования по зонированию территории Республики Казахстан по степени пригодности эвакуации населения. Конечным результатом видится подготовка карты с наиболее оптимальными безопасными территориями, учитывая количество населения требующее размещения на соответствующих территориях, имеющих определенные ограничения по условиям их приспособления под «безопасный район», дополнительно к основному.

Конечным результатом научно-исследовательской работы видится разработка методики выбора безопасных территорий, с учетом имеющихся ограничений по первоочередному жизнеобеспечению эвакуируемого населения, которая позволила бы принимать обоснованное решение по безопасному размещению требуемого количества прибывающего населения в любой территориальной единице и скорейшему выполнению мероприятий по дальнейшему обеспечению его всем необходимым для проживания и жизнедеятельности, по условиям размещения в безопасном районе.

Таким образом, эвакуация является основным и пока единственным способом защиты населения от всех видов чрезвычайных ситуаций, а также опасностей, возникающих в ходе возникновения вооруженных конфликтов.

Список литературы:

1. Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни. Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана. Акорда, 4.10.2018.
2. Указ Президента Республики Казахстан. Об утверждении Военной доктрины Республики Казахстан: утв. 29 сентября 2017 года, №554 С. 2-3 // <http://online.zakon.kz>. 17.10.2017.
3. Современные технологии защиты и спасения / Под общ.ред. Р.Х. Цаликова; МЧС России. – М.: Деловой экспресс, 2007. – 288 с.

ЗАКОН

Доцент КарГУ Полева И. А., м.ю.н. Волгина А.П.

Карагандинский государственный университет им. Е. А. Букетова

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Курс на решительную и бескомпромиссную борьбу с коррупцией, объявленный Президентом Казахстана – Лидером Нации Н. А. Назарбаевым на заре Независимости, на протяжении всей современной истории Казахстана формирует ключевой смысл антикоррупционной политики Республики Казахстан. Системная и последовательная реализация мер по противодействию коррупции в Казахстане позволила сформировать уникальную модель антикоррупционной политики, которая постоянно находится в режиме самосовершенствования с учетом наработки национального опыта и привлечения лучших международных антикоррупционных практик. Успешное проведение упреждающих мер по противодействию коррупции невозможно без поддержки институтов гражданского общества антикоррупционной направленности, деятельность которых требует дальнейшего совершенствования. Особое значение имеет дальнейшая координация усилий государственных органов, средств массовой информации, общественных объединений и неправительственных организаций в обеспечении разъяснительной работы по антикоррупционному законодательству с использованием всех доступных средств.

В Казахстане последовательно повышаются эффективность и прозрачность работы государственного аппарата, оказания государственных услуг, снижается административная нагрузка на бизнес, совершенствуется антикоррупционное законодательство.

Для предоставления гражданам возможности сообщать о фактах коррупции создаются различного рода интернет-приемные, соответствующие разделы на официальных сайтах, горячие линии, телефоны доверия.

Принята «Антикоррупционная стратегия Республики Казахстан на 2015–2025 годы», важный стратегический документ, в котором изложена концепция правовой политики и разработан комплекс мероприятий, которые будут способствовать уменьшению коррупционных рисков.

В Законе Республики Казахстан «О противодействии коррупции» от 18 ноября 2015 года № 410-V, введенный в действие с 1 января 2016 года приоритетное внимание отводится профилактике и предупреждению коррупции, внедрению механизма обеспечения гарантий неприкосновенности и безопасности лиц, оказывающих содействие в борьбе с коррупцией[1].

В Республике Казахстан также поэтапно внедряется декларирование доходов и имущества всеми физическими лицами. 18 ноября 2015 года главой государства подписан Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам декларирования доходов и имущества физических лиц» [2].

По инициативе Президента Республики Казахстан партией «Нұр Отан» разработана и утверждена Программа противодействия коррупции на 2015–2025 годы, целью которой является формирование атмосферы «нулевой терпимости» к любым проявлениям коррупции. Принятая Программа направлена в первую очередь на «формирование антикоррупционной культуры и поведения, усиление общественного контроля, а также устранение причин и условий, порождающих коррупцию». Согласно данному документу, в Казахстане будет внедрен институт общественного контроля, принимаются меры по формированию антикоррупционной культуры [3].

Одним из главных принципов эффективности работы антикоррупционного органа является публичность. Поэтому важной задачей антикоррупционных органов являются привлечение СМИ к формированию антикоррупционного мировоззрения и популяризации антикоррупционной деятельности, освещение в СМИ индексов уровня коррумпированности, позволяющих сравнивать между собой регионы, отрасли, крупные предприятия, решения государственных органов и деятельность конкретных их представителей.

Целью СМИ в борьбе с коррупцией является возможность разъяснить обществу скрытые механизмы коррупции, не давая ей распространиться в современном казахстанском обществе. Наиболее действенным методом СМИ

является проведение журналистских расследований фактов коррупции и придание материалов и фактов гласности, что должно демонстрировать обществу и коррупционерам неотвратимость наказания за антиобщественные деяния [4]. По мнению известного отечественного ученого А.А. Смагулова, «...антикоррупционная политика Казахстана носит последовательный и целенаправленный характер, а в обществе на данный момент зреет все больше здоровых сил, понимающих, что коррупция угрожает национальной безопасности страны, сдерживает экономическое развитие и негативно влияет на международный имидж государства» [5,26].

Целенаправленная работа проводится и среди молодежи. В целях патриотического воспитания и реализации областных программ к работе привлекаются молодежные НПО. Ежегодно весной под эгидой Молодежного крыла «Жас Отан» партии «Нұр Отан» в высших учебных заведениях страны проводятся акции среди студенческой молодежи и молодежных организаций «Студент против коррупции в вузах». В ходе данной акции в вузах устанавливаются ящики доверия и публикуются номера телефонов доверия республиканского штаба Альянса студентов Казахстана, среди студентов распространяются листовки, плакаты, стикеры по профилактике предотвращения коррупционных правонарушений в вузах.

Сегодня большое значение придается гражданским молодежным общественным организациям. Создание по инициативе Президента Н.А. Назарбаева молодежного крыла «Жас Отан» дало мощный толчок молодежному движению всей страны. Особое внимание в их деятельности уделяется проведению антикоррупционной кампании, в которой основной упор сделан на методы профилактики и борьбы с коррупцией в студенческой среде. В настоящее время антикоррупционные мероприятия проводятся во всех регионах страны в тесном взаимодействии с общественными советами по противодействию коррупции при областных филиалах партии «Нұр Отан», Конгрессом молодежи Казахстана, общереспубликанским молодежным движением «Қарсы», республиканским молодежным движением «Альянс студентов Казахстана» [6,8].

Идеология антикоррупционной политики Казахстана на современном этапе получила мощный импульс развития благодаря задачам, которые Глава государства поставил в Стратегии «Казахстан-2050» и в Плане нации «100 конкретных шагов». Формирование единого антикоррупционного фронта, как

было заявлено Лидером нации в Стратегии развития Казахстана до 2050 года, стало ключевой миссией антикоррупционной политики Республики Казахстан, главный смысл которой заключается в объединении усилий государства и общества в противостоянии коррупционным проявлениям.

Важное значение имело принятие 23 ноября 2015 года нового Закона РК «О государственной службе», который обеспечил условия для внедрения принципов меритократии на государственной службе через механизмы открытого конкурсного отбора, карьерного продвижения на основе компетентности, установления оплаты труда по результатам. Кроме того, принятие в этом же году двух других концептуально взаимосвязанных законов РК «Об общественных советах» и «О доступе к информации» на законодательном уровне обозначило принципы открытости и транспарентности деятельности государственных органов с определением эффективных мер общественного контроля, который стал легитимным механизмом оценки эффективности деятельности государственных органов. Утверждение Указом Президента РК от 29 декабря 2015 года Этического кодекса государственных служащих (Правила служебной этики государственных служащих) и Положения об уполномоченном по этике позволило качественно улучшить и активизировать процессы этизации государственной службы и укрепления морально-нравственного облика гос служащих.

Таким образом, планомерная реализация актуальных задач антикоррупционной политики, определенных Президентом Республики Казахстан – Лидером нации Н. А. Назарбаевым, позволила на сегодняшний день сформировать действенную модель антикоррупционной политики. В ее основании заложены антикоррупционная идеология Лидера нации, постоянно совершенствуемое антикоррупционное законодательство, институциональное обеспечение (субъекты противодействия коррупции, включая уполномоченный орган по противодействию коррупции), стратегически выверенное концептуальное обоснование (Антикоррупционная стратегия), многоуровневое планирование антикоррупционных мероприятий.

Литература:

1. Закон Республики Казахстан «О противодействии коррупции» от 18 ноября 2015 года № 410-V // Казахстанская правда. – 2015. – 19 ноября.
2. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам декларирования доходов и имущества физических лиц» от 18 ноября 2015 года № 412-V // Казахстанская правда. – 2015. – 19 ноября.
3. Программа противодействия коррупции на 2015–2025 годы. Принята партией «Нұр Отан». 2014 г.
4. Новак С. Общественный контроль незаменим // Прикаспийская коммуна. – 2015. – 26 января.
5. Смагулов А.А. Казахстанский опыт борьбы с коррупцией / А.А. Смагулов // Журнал российского права. — № 7. 2014.— С. 26–29.
6. Пустовалова И. Н. Формирование правосознания как основное условие деинституализации коррупционных отношений [Текст] / И. Н. Пустовалова // Гуманитарные и социальные науки. – № 1. – 2011.

Наказателно право и криминология

К.ю.н. Жаменкенова П.О.

Инновационный Евразийский университет, Казахстан

КРИМИНАЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Криминалистикой за прошедшие годы изучены многие важные и сложные вопросы, связанные с инсценировками, маскировкой способов преступлений, средствами их совершения. При этом особое внимание учеными, несомненно, уделялось способам должностных хищений, в том числе и в отдельных сферах производства и распределения материальных благ.

Безусловно, все эти и подобные им наработки, могут лечь в основу или должны быть учтены в процессе формирования криминалистической характеристики организованной преступной деятельности как материал, непосредственно касающийся преступлений, используемых в характеристике организованной преступной деятельности в процессе достижения преступных целей организованной преступной группой.

Усилиями многих ученых и практиков в исследовании многочисленных аспектов способа совершения преступлений к настоящему моменту сформировано целостное, продолжающее развиваться учение.

Основополагающими моментами этого учения являются: системность способа совершения преступлений, детерминированность способа объективными и субъективными факторами реальных преступлений, взаимосвязь его элементов, зависимое от характера преступных деяний «наполнение» способа

данными и сведениями в рамках криминалистической характеристики преступлений.

Наиболее информационно емкое из известных современных трактовок понятия и содержания способа совершения преступлений определяет его как «объективно и субъективно обусловленную систему поведения субъекта до, в момент и после совершения преступления» и как комплекс причинно и функционально связанных произвольных (отчасти непроизвольных) действий преступника (и его соучастников), имеющих единую общую цель и соответствующие ее достижению частные и промежуточные цели».

При этом отмечено, что способ совершения умышленных преступлений в рамках его целостности структурно может складываться из следующих субкультур действий по подготовке, совершению и сокрытию преступления, которые объединяются единством замысла. В классификации компонентов способа совершения преступления по их сложности выделяются:

Комплексные компоненты, представляющие собой части деятельности преступника, складывающиеся из внутренне связанных отдельных действий, совершаемых на определенной территории, в определенный отрезок времени и т.п. К ним могут быть отнесены методы: проникновения на объект, преодоления препятствий, сношений с соучастниками, дезинформации и устрашения следствия.

Основные компоненты, представляющие собой отдельные действия преступника, которые характеризуются относительно коротким временем выполнения, одним местом выполнения, связью с другими действиями.

Частные компоненты - двигательные акты, элементарные движения.

Способы совершения преступления членами организованных преступных структур весьма разнообразны. При их анализе необходимо учитывать структуру преступной деятельности, включающую:

- базовый, стержневой элемент - главное средство достижения преступных целей;

- вспомогательный, состоящий из уголовно-наказуемых деяний, связанных с подготовкой к базовой деятельности (например, обеспечение преступной структуры оружием при контрабандной базовой деятельности);

- побочный, выступающий в качестве дополнительного элемента базовой деятельности (ношение и хранение оружия при базовой контрабандной деятельности);

- нетипичный, проявляющийся в совершении членами преступной структуры преступлений под влиянием тех или иных конкретных обстоятельств, - хулиганство, изнасилование и т.д.

Естественно, что для криминалистической характеристики организованной преступной деятельности, прежде всего существенное значение имеет способ совершения базовых преступлений, которые, в свою очередь, зависят от направленности преступных структур. Так, для преступлений в сфере экономики характерны изощрённые способы незаконного обогащения, связанные с умелым использованием недостатков в хозяйственной, финансово-экономической деятельности, их правовой регламентации (использование подложных документов, например, фальшивых «авизо», векселей и т.д., мошенничество, выражающееся в создании фиктивных структур и т.д., подкуп должностных лиц.

Способы совершения корыстно-насильственных преступлений отличаются жестокостью, цинизмом, наглым и дерзким характером. Нередко, такие преступления совершаются на глазах населения, властей и правоохранительных органов с использованием оружия, взрывных устройств и взрывчатых веществ сопровождаются захватом заложников к издевательствам над ними.

В последние годы в криминалистике резко возрос интерес к проблематике механизма совершения преступления, это оправдано, поскольку даже понятие способа совершения преступления в силу сложности деятельности организованных преступных структур, уже

оказывается слишком узким для того, чтобы рассмотреть все имеющиеся здесь закономерности. Главное - необходимость рассматривать преступную деятельность в рамках более широкой системы понятий, которая определяется как механизм совершения преступлений.

Специалисты в области уголовного права и в частности В.Н. Кудрявцев, включает в определение механизма преступления "... связь взаимодействие внешних факторов объективной действительности и внутренних психических процессов и состояний, детерминирующих решение совершить преступление, направляющих и контролирующих его исполнение". Другие считают, что это "... процесс совершения преступлений, в том числе способ и все действия преступника, сопровождающиеся образованием материальных и нематериальных следов. Наиболее «динамичным» определение механизма можно считать определение, данное профессором В.А. Образцовым, под которым он понимает "... реализуемую в определенных условиях, направленности и последовательности динамическую систему' противоправных поведенческих актов и обусловленных ими явлений, имеющих криминалистическое значение.

Применительно к рассматриваемому вопросу, думается, будет к месту высказывание Р. С. Белкина о том, что механизм - это прежде всего "сложная динамическая система, состоящая не только из поведенческих актов одного субъекта, но сложных по своей психологической и логической природе связей функций и обусловленных ими явлений, вытекающих в конечном счете в организованную преступную деятельность.

Все вышеприведенные действия и преступная деятельность наркосообщества в целом, как и ее механизм, закономерно обуславливают возникновение в окружающей среде и на участниках события различных следов-отражений, которые имеют важное криминалистическое значение для выявления, раскрытия и расследования деятельности данных преступных наркоформирований. Они будут способствовать следователю в

выявлении организаторов и остальных как прямых, так и косвенных участников преступного события, определении характера действий каждого из них, доказывании их вины или невинности и т.д.

Распознать преступную деятельность наркоформирования - значит прежде установить ее механизм и выявить признаки связей составляющих его элементов. Причем, если механизм преступления имеет значение для понимания закономерностей процесса его подготовки, совершения и сокрытия, то механизм преступной деятельности наркосообщества (организации) - для понимания более значительных пространственно-временных границ ее деятельной части, разнообразных и разносторонних связей и отношений между элементами данной структуры, жизненных ситуаций, создавших условия, а также способствовавших формированию, функционированию и достижения намеченной цели конкретной преступной наркогруппировки и др.

Литература:

1. Организованная преступность. // Под ред. А.И. Долговой, С. В. Дьякова. - М., Криминологическая Ассоциация, 2003.
2. Криминология // Под ред. А.И. Долговой.- М., Криминологическая Ассоциация, 2003.
3. Криминология // Под ред. Антонян Ю.М..- М., Норма, 2003.
4. Практические следствия новых представлений о природе криминалистики // Вестник Московского Университета. Серия 11. Право, 2003. № 4
5. Нургалиев Б.М. Организованная преступная деятельность. - Караганда, 1997.
6. Бейсенов А.М. Проблемы противодействия легализации преступно нажитого капитала // Научные труды Карагандинского юридического института МВД РК. – Караганда, 1999.
7. Криминалистика: Учеб. / Под ред. Р.С. Белкина. - М., 2006.
8. Криминалистика: Учеб. / Под ред. Р.С. Белкина. - М., 2011.

9. Белкин Р., Быховский И., Дулов А. Модное увлечение или новое слово в науке? Еще раз о криминалистической характеристике преступлений // Социалистическая законность. 1997, № 9.
10. Куликов В.И. Основы криминалистической теории организованной преступной деятельности. - Ульяновск, филиал МГУ, 2004.
11. Возгрин И. А. Расследование преступлений, совершенных организованными криминальными группами // Криминалистика: Учеб. / Под ред. проф. Т.А. Седовой, проф. А.А. Эксархопуло, - Спб., - М., 2005.

Экологично, сухопътно и зеделско право

Копбулов Р.А., магистр юриспруденции

Карагандинский экономический университет, Казахстан

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЖЕРГЕ МЕМЛЕКЕТТІК МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫНЫҢ ЖӘНЕ ЖЕР УЧАСКЕЛЕРІНЕ ЖЕКЕ МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫНЫҢ ПАЙДА БОЛУ НЕГІЗДЕРІ

Жерге жеке меншік құқығы Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 20-маусымдағы Жер кодексінде бекітілген. Бұл құқық меншік иесінің ҚР Жер кодексінде көзделген құқықтарының барлығын жүзеге асырудың негізі болып табылады.

Жер учаскесіне меншік құқығы мына жолдар арқылы туындайды:

меншік құқығын табыстау;

меншік құқығын беру;

3) меншік құқығының әмбебап құқықтық мирасқорлық (мұраға қалдыру, заңды тұлғаның қайта ұйымдастырылуы) тәртібі бойынша ауысуы.

Меншік құқығын табыстау, беру және оның ауысуы жер учаскесінің нысаналы мақсаты ескеріле отырып жүзеге асырылуға тиіс.

Жер учаскесіне меншік құқығы келесі негіздерде туындайды:

1) мемлекет органдар актілер негізінде;

азаматтық-құқықтық мәмілелер негізінде;

Қазақстан Республикасының заңдарында көзделген өзге де негіздерде (ҚР ЖК 22-бабы).

Азаматтар мен заңды тұлғаларда тиісті жер учаскесіне қатысты құқықтардың туындауының негізі болып табылатын құжаттар ҚР ЖК 12-бабының 33-тармағында құқық белгілейтін деп аталған. Құқық белгілейтін құжаттарға атқарушы органдардың жер учаскесіне құқықты табыстау туралы құқықтық актілері, сату-сатып алу шарттары (айырбас, сыйға тарту және жер учаскесін беру туралы басқа да мәмілелер) және сот органдарының жер учаскесіне меншік құқығын, жерпайдалану құқығын және жерге қатысты басқа да құқықтарды тануы туралы шешімдері жатады. Құқық белгілейтін құжаттардың негізінде жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық органдар (ҚР ЖК 14-бабында көзделген)

жер учаскесінің өзіндік сипатын көрсететін құқық куәландыратын құжаттарды бекітеді. Құқық куәландыратын құжаттарға жер учаскесіне жеке меншік құқығы актісі, тұрақты жер пайдалану құқығы актісі және уақытша жер пайдалану құқығы актісі жатады (ҚР ЖК 12-бабының 33-34 тармақтары) [1].

Қазақстан Республикасы жерге меншік иесінің құқықтары жерге меншік құқығының аталған мазмұнымен шектелмейді. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасында мемлекет жерге рента құқығын иеленіп, мемлекеттік билік арқылы бүкіл мемлекет аумағында жерге иелік ету, пайдалану және билік ету тәртібін бекітеді.

Егер де мемлекеттік меншікті иелену, пайдалану және билік ету ҚР Жер кодексімен реттелетін болса, ал жерге қатысты ренталық қатынастар ҚР Жер кодексімен қоса ҚР 2008 жылғы 10-желтоқсандағы «Салықтар және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы» заңымен (Салық кодексі) реттеледі [2].

Меншік пен пайдаланудың нысанына қарамастан жерді иеленудің, пайдаланудың және билік етудің жалпы ережелерін мемлекет, ҚР Жер кодексі және басқа да заң шығарушы актілер, соның ішінде, "Жер құқығының қайнар көздері" тарауында аталған ҚР заң шығарушы актілері анықтайды.

Мемлекеттің мұндай жалпы өкілеттіктерін мемлекеттің жер қорын басқару, соның ішінде, ҚР жер қорын мемлекеттік реттеу өкілеттіктерінің қатарынан қарастыруға болады.

ҚР Жер кодексінің 27-бабына сәйкес, мемлекеттік меншік құқығын жүзеге асыру барысында мемлекеттік меншіктегі жерден жер учаскелері:

- 1) жеке меншікке сатылуы немесе ақысыз берілуі;
- 2) тұрақты немесе уақытша жер пайдалануға берілуі;

Жер кодексінде, Қазақстан Республикасының өзге де заң актілерінде немесе халықаралық шарттарда көзделген жағдайларда өзге де құқықтық нысандарда жүзеге асырылуы мүмкін. Мысалы, ҚР Жер кодексінің 43-бабының 8-тармағына сәйкес, мемлекеттік меншіктегі жер учаскелері және ол жер учаскелерін жалдау құқығы аукционда сату объектілері болуы мүмкін. Аукционда сатуға ұсынылатын жер учаскелерінің тізбесін немесе жер учаскелерін жалға беру тәртібін жергілікті атқарушы органдар анықталып, жергілікті өкілді органдардың сәйкес шешімдерімен бекітіледі.

Бұлардың барлығы мемлекеттің билік жүргізу функциялары болып табылады. ҚР жер кодексінің 21-бабының 2-тармағына сәйкес, жердің меншік иесі ретіндегі мемлекеттің құқықтарын ҚР ЖК 13-19 баптарында, ҚР Үкіметінің 1999 жылғы 23-қарашадағы № 1776 жылғы «Қазақстан Республикасының жер ресурстарын басқару жөніндегі агенттігі туралы» ережесінде және өзге де заң актілерінде белгіленген өз құзыретіне сәйкес мемлекеттік органдар жүзеге асырады.

ҚР ЖК 22-бабының 1-тармағында көзделген, жер учаскесіне меншік құқығын табыстау мемлекеттік органдар актілерінің негізінде туындайды.

ҚР Жер кодексінде меншік құқығындағы жер учаскесін табыстау тәртібі туралы арнайы бап жоқ. Дегенмен, ҚР Жер кодексінің 22-бабының 1-тармағында («Жер учаскесіне меншік құқығының туындауы») меншік құқығы жөнінде ережелер қарастырылған. Бұл бапты «Меншік құқығындағы жер учаскесін табыстау» деп атаған жөн болар еді. Сонымен, Жер кодексінде жер учаскесін жер пайдалануға табыстаудың күрделі жүйесі орын алған. Сол себепті, Жер кодексінің жер учаскелерін меншікке табыстау тәртібі туралы нормаларын талдау қажет.

Жер кодексінде жер учаскелерін табыстау тәртібін көздейтін екі бап бар. Біріншісі - 32-бап – «Жер пайдалану құқығын табыстау», ал екіншісі - 43-бап – «Жер учаскесіне құқықтық табыстау тәртібі». 32-баптың мазмұны 43-баптың мазмұнына қарағанда өзгеше. Бұл мынадан көрініс табады - ҚР ЖК 32-бабы негізінен жер пайдалану құқығындағы жер учаскесін жергілікті атқарушы органдардың табыстау тәртібін қарастырса, 43-бап жер пайдалану және жеке меншік құқығындағы жер учаскелерін жергілікті атқарушы органдардың табыстау тәртібін, соның ішінде, құқық белгілейтін және құқық куәландыратын құжаттарды дайындау процесін де қарастырады.

47, 48, 49 - баптарының атауы ҚР ЖК 5-тарауының атына сәйкес олардың орналасу ретіне қарай аталуы тиіс - мемлекеттік меншіктегі жер учаскелерін беру; мемлекеттік меншіктегі сауда-саттықтағы (конкурстардағы, аукциондардағы) жер учаскелерін беру; меншік құқығының, жер пайдалану құқығының және басқа да құқықтардың объектісі ретінде төлеу мерзімін ұзартып сату кезінде мемлекеттік меншіктегі жер учаскелеріне құқықтар алу.

Сонымен, жер учаскесіне меншік құқығының пайда болуының бірінші негізі ретінде ҚР ЖК 43-бабының нормаларын атауға болады.

Жер учаскелеріне меншік құқығының пайда болуының екінші негізі болып заңды факт (сату, сатып алу, жер учаскесін айырбастау, сыйға тарту және т.б.) табылады. Ол ҚР ЖК-де «Меншік құқығын беру» (ҚР ЖК 22-бабының 2-тармағы)

және «азаматтық-құқықтық мәміле» (ҚР ЖК 22-бабының 3-тармағының 2-тармақшасы) деп аталған [1].

Жер учаскесін жеке меншікке беру - бұл жер учаскесіне қатысты азаматтық-құқықтық мәміле.

Бұл жер учаскесі меншік иесінің жер туралы заңнамада көзделген тәртіпте жүзеге асырылатын билік жүргізу функциясы .

Меншік иесі өзінің жер учаскесіне қатысты оның нысаналы мақсатын өзгертпей, Қазақстан Республикасының заң актілерінде тыйым салынбаған кез келген мәмілелерді жасасуға құқылы. Ауыл шаруашылығы мақсатындағы жер учаскелерінің меншік иелері аталған құқықтарды ҚР Салық кодексінің ережелерін ескере отырып жүзеге асырады (ҚР ЖК 25-бабының 2-тармағы). Жер учаскесі меншік иесінің бұл функциясын ҚР ЖК 21-бабының 1-тармағында билік ету функциясы деп, ал 81-баптың 1-тармағында иеліктен шығарып беру құқығы (сату-сатып алу, сыйға тарту, айырбас және т.б.) деп аталған.

Билік ету функциясының нысандары болып мыналар табылады:
 меншік құқығынан (жер учаскесінен) бас тарту (ҚР ЖК 82-бабы);
 жеке жер учаскесін сату;
 меншік иесінің жер учаскесін сыйға тартуы;
 жер учаскесін жеке меншік құқығы негізінде иеленген азамат;
 қайтыс болған жағдайда жер учаскесін мұраға алу;

Жоғарыда аталған жағдайлардың барлығында жер учаскесін берудің салдары меншік құқығының тоқтатылуына және заңнамада көзделген тәртіптің, яғни, заңды фактінің негізінде басқа тұлғаның осы жер учаскесіне қатысты құқығының туындауына алып келеді.

Субъектінің жоғарыда аталған билік ету функция нысандарының барлығы азаматтық заңнаманың нормаларымен реттеледі. Жер туралы заңнама аталған құқықтарды беру тәртібін жер туралы заңнамадан азаматтық заңнаманың нормаларына өтетін нормалар ретінде қарастырады.

Мұндай жағдайларда жер учаскесінің меншік иесі жер учаскесін кімге, қашан, қандай бағаға сатуды, мұрагерлердің қайсысына жер учаскесін қалдыруды (заң бойынша мұрагерлік жағдайында немесе азаматтық заңнаманың нормаларына сәйкес мұрагердің мұра алу құқығын болдырмау жағдайын есептемегенде) өзі шешеді.

Меншік құқығының (жер пайдалану құқығының) туындауының негіздерінің бірі болып жеке және заңды тұлғалардың жер учаскесін табыстау туралы өтініші табылады.

Төменде жеке және заңды тұлғалардың жер учаскелерін табыстау туралы өтінішін қараудың ҚР Жер кодексінде белгіленген тәртібін қарастырамыз.

Жеке және заңды тұлғалардың жер учаскелерін табыстау туралы өтінішін қарау тәртібі. Жер учаскелеріне меншік және (немесе) жер пайдалану құқығының табысталуына мүдделі жеке және заңды тұлғалар жер учаскесі орналасқан жердегі жергілікті атқарушы органға өтініш береді.

Жер учаскесіне құқық табыстау туралы өтініш түскен мерзімнен бастап үш айға дейінгі мерзімде қаралады. Жер учаскесін беруден бас тарту жергілікті атқару органның шешімімен рәсімделеді, оның дәлелді себептері көрсетілуге, ал көшірмесі өтініш берушіге шешім қабылдағаннан кейін жеті күн мерзімде тапсырылуы тиіс [3, 206.].

Жергілікті атқарушы органның ҚР ЖК 43-бабында көзделген талаптарға сәйкес жер учаскесін табыстау туралы шешімі жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық органдар беретін жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжатты берудің негізі болып табылады.

Жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық органдар мынадай жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжаттар қабылдайды:

жер учаскесіне жеке меншік кезінде - жер учаскесіне жеке меншік құқығы актісі;

- тұрақты жер пайдалану кезінде - тұрақты жер пайдалану құқығы актісі;
уақытша ақылы жер пайдалану кезінде - уақытша ақылы (ұзақ мерзімді, қысқа мерзімді) жер пайдалану (жалдану) құқығы актісі;

уақытша ақысыз жер пайдалану кезінде - уақытша ақысыз жер пайдалану құқығы актісі.

Жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжаттарда жер және құқық кадастрларын жүргізу мақсаттары үшін қажетті сәйкестендіру мәліметтері болуға тиіс.

Жер учаскелерін нысаналы мақсатына қарай табыстаудың ерекшеліктері ҚР Жер кодексінің 44, 45-баптарына сәйкес анықталады.

Жерге орналастыру жобаларын ҚР Жер ресурстарын басқару жөніндегі агенттігінің құрылымдық бөлімшелері жазса, ал комиссияның қорытындысы - бұл

жергілікті өкілдік органның депутаттары, жер ресурстарын басқару, сәулет және қала құрылысы жөніндегі аумақтық органдар мен жергілікті өзін өзі басқару органдарының өкілдері қабылдаған құжат [4, 89 б.].

Ережеде жер учаскелерін төмендегі мақсаттар бойынша табыстаудың ерекшеліктері көзделген:

- объектілердің құрылысы үшін;
- шаруа (фермер) қожалығын жүргізу үшін;
- өзіндік қосалқы шаруашылық жүргізу үшін;
- жеке тұрғын үй құрылысы үшін;
- бағбандық және саяжай құрылысы үшін.

Ормандарға жер учаскелерін беру ҚР Жер кодексінде көзделген жер пайдаланудың түрі болып табылады. Ормандарға өзіндік босалқы шаруашылық жүргізу үшін, бағбандық және саяжай құрылысы үшін жер учаскелерін беру ауылдық елді мекендердің, ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлерден, иммиграциялық жер қорының, арнайы жер қорының жерінен және босалқы жерлерден уақытша ақысыз жер пайдалану құқығымен жүзеге асырылады [5, 20 б.].

Берілген жер учаскелері оралмандар ҚР азаматтығын алғаннан кейін Жер кодексінде белгіленген тәртіппен және жағдайларда олардың жеке меншігіне өтеді.

Мемлекеттік меншіктегі жерлерден жер учаскесіне құқықты табыстау келесі кезектілік бойынша жүргізіледі:

- жер учаскесіне тиісті құқықты табыстау туралы арызды қозғау;
- берілген арызды қанағаттандыру мүмкіндіктерін анықтау (жер учаскесін алдын-ала таңдау);
- жер жобасын жасау және бекіту;
- жергілікті атқарушы органның жер учаскесіне құқықты табыстау туралы шешім қабылдауы;
- жергілікті жерлердегі жер учаскесінің шектерін белгілеу;
- жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжатты дайындау және табыстау;
- жер учаскесіне құқықты мемлекеттік тіркеу.

Жер учаскелерін жеке меншікке немесе жер пайдалануға табыстау ҚР Жер кодексінде (ҚР ЖК 16-19 баптар) бекітілген шектерде жергілікті атқарушы органмен жүзеге асырылады.

Жер учаскесін беру туралы шешімдер жергілікті өкілдік органның депутаттары, жер ресурстарын басқару, сәулет және қала құрылысы жөніндегі

аумақтық органдар мен жергіліті өзін өзі басқару органдарының өкілдері арасынан жергілікті атқарушы органдар құратын комиссияның қорытындысы негізінде қабылданады. Жергілікті атқарушы органның қалауы бойынша комиссияның құрамына басқа да тұлғалар енгізілуі мүмкін.

Қазақстан Республикасының Жер кодексі жер учаскелерін объектілер құрылысы үшін берудің бірқатар түрлерін қарастырады. Мысалы, ҚР ЖК 44-бабы жер учаскелерін объектілер құрылысы үшін беруді, ал 45-бабы құрылысқа байланысты емес жер учаскелерін беруді көздейді [1].

Аталған Ереженің Жер кодексінің нормаларына қайшы келуінің басқа да көріністері бар. Сол себепті, бұл Ережеге тиісті толықтырулар мен өзгертулер енгізілуі немесе жаңа ереже жасалуы тиіс.

Жер учаскелерін объектілер құрылысы үшін беру. ҚР ЖК 44-бабының 1-тармағына сәйкес, объектілер құрылысы үшін жер учаскесі сұралған кезде, жергілікті атқарушы органның тапсырмасы бойынша жер учаскесін таңдау алдын ала жүзеге асырылады.

Объектінің құрылысы үшін жер учаскелерін таңдауды жерге орналастыру және қала құрылысы регламенттеріне сәйкес, жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық органдар (елді мекендерге сәулет және қала құрылысы органдарымен бірлесе отырып) жүзеге асырады.

Жер учаскелерін таңдау нәтижелері құрылыс салу үшін, ал қажет болған жағдайларда оның күзет немесе санитарлық-қорғау аймағын белгілеу үшін жер учаскесін таңдау туралы актімен рәсімделеді. Осы актіге әрбір жер учаскесін таңдаудың ықтимал нұсқауларына сәйкес олардың шекарасының жобалары қоса беріледі.

Жерге орналастыру жобасының құрамына: берілетін жер учаскесінің көлемі, оның шекарасы мен орналасқан жері, жер учаскесінің сабақтас меншік иелері және жер пайдаланушылар нақтыланады; берілетін жер учаскесінің бөлінетіндігі және бөлінбейтіндігі, сондай-ақ ауыртпалықтары мен сервитуттары анықталады.

Болжанып отырған алып қою, соның ішінде сатып алу арқылы алып қою жағдайында, алып қойылатын алқаптардың түріне байланысты жер учаскелерінің меншік иелері мен жер пайдаланушылар (жалдаушылар) шығындарының, ауыл шаруашылығы және орман шаруашылығы өндірісіндегі шығынның есептеулері қоса беріледі.

Жерге орналастыру жобасының негізінде жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық органдар (елді мекендерде сәулет және қала құрылысы органдарымен бірлесе отырып) жерге тиісті құқықты табыстау туралы жергілікті атқарушы орган шешімінің жобасын дайындайды.

Өтінуші немесе оның сенім білдірген тұлғасы жер учаскесін бөліп беруге талап етілетін келісімдерді жеке-дара қамтамасыз етеді.

Құрылыс объектісін орналастыруға таңдалған аумақта, бұзылуға немесе көшірілуге тиісті (соның ішінде жерді бөліп беру кезінде өнеркәсіп орындарының санитарлық-қорғау аймағына кіретін) тұрғын үйлер, басқа да ғимараттар мен құрылыстар, сондай-ақ инженерлік коммуникациялар және жасыл екпелер орналасқан жағдайда, тапсырыс беруші шығындарды өтеу талаптары туралы жылжымайтын мүлікке меншік иелерінің әрқайсысымен жасалған шартты қосымша ұсынады.

Шартта сол кездегі барлық құрылыстарды, инженерлік коммуникацияларды, жасыл екпелерді басқа жерге ауыстырудың, көшірудің нақты шарттары мен мерзімдері, құрылыс жүргізушінің жылжымайтын мүлікті бұзуға байланысты барлық шығындарды өтеу жөніндегі міндеттемелері көрсетіледі.

Жер учаскесіне құқық табыстау туралы жергілікті атқарушы орган шешімінің жобасында мыналар болуға тиіс:

- жерге құқық табысталатын заңды немесе жеке тұлғаның атауы;

- жер учаскесінің нысаналы мақсаты;

- жер учаскесінің көлемі;

- жерге құқықтар түрі, ауыртпалықтар, сервитуттар; учаске төлем ақыға берілетін жағдайда жер учаскесін немесе жер пайдалану құқығын сатып алу бағасы, жер учаскесін сатып алу-сату шарттарын жасасудың мерзімі мен шарттары;

- алып қойылатын жер учаскелерінің өлшемдері көрсетіле отырып, жерді алып қою, соның ішінде сатып алу арқылы алып қою жүргізілетін заңды немесе жеке тұлғаның атауы;

- өзге де шарттар болуға тиіс.

Азаматтарға жеке тұрғын үй құрылысы үшін жер учаскелерін беру кезінде өтінімге:

- азаматта жеке тұрғын үй құрылысы үшін құқықтар табысталған жер учаскесінің бар немесе жоқ екендігі туралы анықтама (жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық орган жеті күн мерзім ішінде береді);

-азаматта жеке тұрғын үйдің бар немесе жоқ екендігі туралы анықтама (жылжымайтын мүлікті тіркеуді жүзеге асыратын орган жеті күн мерзімде береді) қоса тіркеледі.

Жеке тұрғын үй құрылысы үшін жер учаскесін беру туралы өтінім арнаулы есепке алынады және бөліп беруге арналған алаңдардың дайындалуына қарай қанағаттандырылады (ҚР ЖК 44-бабы).

Оралмандарға жеке тұрғын үй құрылысы үшін жер учаскесін беру тәртібі 2002 жылғы 9 шілдеде қабылданған ҚР Үкіметінің № 748 қаулысымен бекітілген «Оралмандарға жеке тұрғын үй құрылысы үшін жер учаскесін беру туралы ережесімен» реттеледі.

Оралмандарға жеке тұрғын үй құрылысы үшін жер учаскесін беру тегін жүзеге асырылады. Оралмандар жер учаскесін алу үшін жер учаскесіне тиісті құқықтарды беруге өкілетті сол жердің жергілікті атқарушы органына өтініш жасайды. Ол өтініш жасалған күннен бастап, бір мерзімде каралуы тиіс. Жер учаскесін беру туралы шешімдер жергілікті өкілдік органның депутаттары, жер ресурстарын басқару, сәулет және қала құрылысы жөніндегі аумақтық органдар мен жергілікті өзін өзі басқару органдарының өкілдері арасынан жергілікті атқарушы органдар құратын комиссияның қорытындысы негізінде қабылданады [6, 120 б.].

Жер учаскелерін алуға құқығы бар азаматтардың және мемлекеттік емес заңды тұлғалардың меншігіне мемлекеттік меншіктегі жер учаскелерін жеке меншікке беру ақылы негізде жүзеге асырылады.

Жер учаскелерін азаматтардың немесе мемлекеттік емес заңды тұлғалардың меншігіне беру осы Кодексте және Қазақстан Республикасының өзге де заң актілерінде көзделген жағдайларда тегін жүзеге асырылуы мүмкін [7, 143 б.].

Жер учаскесін сатып алуға мүдделі тұлғалар жер учаскесі орналасқан жердегі жергілікті атқарушы органға өтінім береді, ол өтінім жер учаскесінің нысаналы мақсатына қарай ҚР Салық кодексінің 43-45 баптарында белгіленген тәртіппен қаралады.

Жеке немесе мемлекеттік емес заңды тұлға бұрын өзіне жер пайдалануға берілген жер учаскесін жеке меншікке сатып алуға ниет білдірген жағдайда, осы тұлға жергілікті атқарушы органға өтініш береді.

Өтінішке мына құжаттар қоса беріледі:

жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжат немесе құжаттың нотариат куәландырған көшірмесі;

салық төлеуші куәлігінің көшірмесі;

бюджеттің алдында берешегі бар немесе жоқ екендігі (жер салығы және (немесе) жер учаскелерін пайдалану төлем ақысы) туралы салық органының анықтамасы;

жер учаскесі мен мәлімет жасауға кедергі келтіретін ауыртпалықтардың жоқ екендігі туралы жылжымайтын мүлік орталығынан анықтама;

заңды тұлғаны мемлекеттік тіркеу туралы куәліктің көшірмесі.

Жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық орган жергілікті атқарушы органның тапсырмасы бойынша жер учаскесін кадастрлық құжаттама бойынша сәйкестендіреді, жер учаскесінің кадастрлық (бағалау) құнын белгілейді және жер учаскесіне жеке меншік құқығын табыстау туралы жергілікті атқаруша орган шешімнің жобасын дайындайды.

Жер учаскесін меншікке беру туралы шешім жер пайдаланушы жергілікті атқарушы органға жазбаша нысанда өтініш берген күннен бастап бір ай мерзімде қабылдануға тиіс [8, 96 б].

Жергілікті атқарушы органның шешімі негізінде жер ресурстарын басқару жөніндегі аумақтық орган сатып алушымен жер учаскесін сатып алу-сату шартын жасасады, оған сатушы (жергілікті атқарушы орган) және сатып алушы қол қояды.

Жер учаскесін алған сатып алушы шартта белгіленген мерзімде төлем ақы жасау жөніндегі міндеттемелерді орындамаған жағдайда, сатушы берілген жер учаскесінің төлем ақысын немесе сол жер учаскесін қайтарып беруді талап етуге құқылы.

Сатып алушы берілген жер учаскесіне төлем ақы жасау жөніндегі міндеттемелерді шартта белгіленген мерзімде орындалған жағдайда, шартта өзгеше көзделмесе, учаскелік төлемақы жасалуға тиісті күннен бастап сатып алушы төлемақыны жасаған күнге дейінгі мерзімі өткен сомаға тұрақсыздық айыбы төленуге тиіс. Тұрақсыздық айыбының мөлшері Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің қайта қаржыландыру ресми ставкасы негізге алына отырып есептеледі.

Жер учаскесін сатып алу-сату шарты және жер учаскесін сатып алу бағасын төлеу туралы құжат жер учаскесіне құқықтық куәландыратын құжат беру үшін негіз болып табылады.

Жер учаскесін төлеу мерзімін ұзартып сатқан кезде сатып алушыға сатып алу-сату шарты негізінде берілетін жер учаскесіне құқықтық куәландыратын

құжатқа, учаскені кепілге беруді қоспағанда, мәміле жасауға тыйым салынатыны туралы тиісті жазба жасалады (ҚР ЖК 47-бабы).

Мемлекеттік меншіктегі жер учаскелеріне құқықтарды сауда-саттықта (конкурстарда, аукциондарда) алу. Мемлекеттік меншіктегі және жер пайдалануға берілмеген жер учаскелері немесе жер учаскесін жалдау құқығы сауда-саттықта (конкурстарда, аукциондарда) сатылу объектісі болуы мүмкін. Сауда-саттықта (конкурстарда, аукциондарда) сатуға ұсынатын жер учаскелерінің немесе жер учаскелерін жалдау құқықтарының тізбесін жергілікті атқарушы орган белгілейді және жергілікті өкілді органның тиісті шешімімен бекітіледі [8, 134 б].

Сатуға арналған жер учаскесі мына жағдайлардан соң сауда-саттыққа шығарылады:

1) белгілі бір жерде жер учаскесінің шекарасы айқындалғаннан және белгіленгеннен кейін;

жер учаскесінің нысаналы мақсаты және оның кадастрлық (бағалау) құны анықталғаннан кейін;

құрылыс объектілерінің инженерлік-техникалық қамтамасыз ету жерлеріне қосудың техникалық шарттары анықталғаннан кейін;

4) сауда-саттық (конкурстар, аукциондар) өткізу туралы шешім жайлы хабарлама жарияланғаннан кейін.

Сауда-саттық (конкурстар, аукциондар) ұйымдастырушы ретінде меншік иесі немесе онымен жасалған шарт негізінде әрекет етуші мамандандырылған ұйым өкілдік етеді.

Жер учаскесі немесе жер учаскесін жалдау құқығын сату жөніндегі сауда-саттықты (конкурстарды, аукциондарды) ұйымдастыру мен өткізу тәртібін Қазақстан Республикасының Үкіметі белгілейді [8, 78 б.].

Мемлекет меншігіндегі жер учаскелерін төлеу мерзімін ұзартып сату кезінде оларға құқықтар алу. Мемлекет меншігіндегі жер учаскесін төлеу мерзімін ұзартып сату кезінде, сатып алушы сату-сатып алу шарттарында белгіленген мерзімде төлем жасауға тиіс.

Сатып алушы төлеу мерзімі ұзартылып сатылған жер учаскесі үшін сату-сатып алу шартында белгіленген мерзімде кезекті төлем жасамаған кезде, егер шартта өзгеше көзделмесе, сатушы шартты орындаудан бас тартуға және сатылған жер учаскесін қайтарып алуды талап етуге құқылы, бұған сатып алушыдан алынған

төлем сомасы жер учаскесінің сатып алу бағасының жартсынан асып түскен жағдайда қосылмайды.

Төлеу мерзімі ұзартылып сатылған жер учаскесіне қатысты сатып алу бағасы толық төлегенге дейін мәміле жасауға тыйым салынады. Төлеу мерзімі ұзартылып сатылған жер учаскесін кепілге салуға оның сатып алу бағасының кемінде 50 % төленгеннен кейін жол беріледі.

Төлеу мерзімі ұзартылып сатылған жер учаскесінен мәміле жасауға шектеулер және жер учаскесін сату-сатып алу шартында және жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжаттар көрсетіледі. Жер учаскесін сатып алу бағасын төлеу туралы құжат сату-сатып алу шартындағы және жер учаскесіне құқықты куәландыратын құжаттағы осы шектеуді алып тастауға негіз болады (ҚР ЖК 49-бабы).

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының Жер кодексі. 2003ж. 20 маусым.
2. «Салықтар және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы» заңымен (Салық кодексі) 2008 ж. 10 желтоқсандағы № 100-IV- Алматы. 2011.
3. Стамқұлов Ә., Стамқұлова Г.Ә. Қазақстан Республикасының жер құқығы. Алматы. 2004.
4. Байдельдинов Д.Л. Экологическое законодательство Республики Казахстан. –Алматы. 2005 .
5. Бектурганов А.Е. Қазақстан Республикасындағы жер құқық қатынастары. Алматы. 2007.
6. Ерофеев Б.В. Земельное право. М. 2008.
7. Еркінбаева Л.Қ., Айғаринова Г.Т. Қазақстан Республикасының жер құқығы. Жалпы және ерекше бөлім. – Алматы. 2010.
8. Косанов Ж.Х. Право собственности, право землепользования и иные права на землю. Алматы. 2006.
9. Қазақстан Республикасының Жер кодексі. 2003ж. 20 наурыз.

Гражданско право

м.ю.н. Жаменкенова П.О.

Инновациялық Еуразия университеті, Қазақстан

АЗАМАТТАРДЫҢ МҮЛІКТІК ЖӘНЕ МҮЛІКТІК ЕМЕС ӨЗІНДІК ҚҰҚЫҚТАРЫНЫҢ АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

Азаматтық құқық нормаларының талаптарына сәйкес туындайтын және бұл нормаларға тәуелді болатын жақтар арасындағы қатынастар азаматтық құқық қатынастары деп аталады.

Адамдар өз өмірінде және әрекет үстінде үнемі әрқилы азаматтық құқық қатынастарына араласып жүргенімен, өздерінің әрекеттерінің заң жөніндегі сипатын көбінесе ескере бермейді. Мысалы, қайсы бір затты болсын сатып алуда сатушы мен сатып алушының арасында азаматтық кодексте көрсетілген сату сатып – алу мәмілесінен туындайтын өте күрделі құқықтық қатынастар пайда болады. Бұл мәміле бойынша бір тарап (сатушы) мүлікті (тауарды) екінші тараптың (сатып алушының) меншігіне, шаруашылық жүргізуіне немесе жедел басқаруына беруге міндеттенеді, ал сатып алушы бұл мүлікті (тауарды) қабылдауға және ол үшін белгілі бір ақша сомасын (бағасын) төлеуге міндеттенеді.

Тағы бір мысал ретінде мұрагерлік бойынша қатынастар, мұрагерлік дегеніміз, қайтыс болған азамат (мұра қалдырушы) мүлкінің басқа адамға (адамдарға) - мұрагерге (мұрагерлерге) ауысуы.

Азаматтық құқық Қазақстан Республикасының құқық салаларының бірі болғандықтан күнделікті тыныс тіршілікпен, сондай-ақ азаматтардың, заңды тұлғалар мен мемлекеттің өзімен, оның әкімшілік – аумақтық бөліністерімен тығыз байланысты, оларда азаматтық құқық қатынастарында (қатысушылар) субъект ретінде қатысады, және азаматтық құқық айналымда әр түрлі мәмілелер жасайды.

Қазақстан Республикасы азаматтық құқығының пәнін тауар – ақша қатынастары және қатысушылардың теңдігіне негізделген өзге де мүліктік қатынастар, сондай-ақ мүліктік қатынастарға байланысты мүліктік емес жеке қатынастар құрайды.

Азаматтық құқықпен реттелетін қоғамдық қатынастар негізінен мүліктік қатынастар болып табылады. Материалдық игіліктермен (мүлікпен, жұмыспен,

қызмет көрсетумен, ақшамен, құнды қағаздар мен басқа да мүліктермен) байланысы бар қоғамдық қатынастар мүліктік қатынастар деп аталады. Мұндай қатынастар иелену немесе мүліктің тиістілігіне қарай (заттық қатынас), мүліктің бір адамнан екіншісіне ауысуы, өтуі (міндеттемелік қатынас), меншік иесінің қайтыс болуына байланысты заттың тағдырын шешу (мұрагерлік қатынас) тәрізді қатынастар тұлғасынан көрінсе, онда олар азаматтық заңмен реттеледі. Бір сөзбен айтқанда, мүліктік қатынас дегеніміз мүліктерді сатып алу, иелену, басқа адамдарға беру мен пайдалану жөніндегі қатынас болып табылады.

Дейтұрғанмен бұдан азаматтық құқық мүліктік қатынастардың бәрін бірдей реттей береді деген ұғым тумау тиіс. Өйткені, олардың өзі әртүрлі сипатта кездеседі. Сайып келгенде, мүліктік (имущественность) дегеніміз заңды белгі болып табылмайды, ол тек экономикалық түсінік. Сондықтан да азаматтық құқық пәнінің мазмұнын оны біріктіретін әрі мән – мағынасын ашатын тұсын бөліп қарауды қажет етеді. Қоғамдық қатынастарды бір-бірінен ажырататын мүліктік қатынастардың мынадай белгілері, атап айтқанда, белгілі бір экономикалық құндылыққа ие болуымен байланысты материалдық объектілер жайында адамдардың арасындағы қатынастар болғандықтан оның ерік сипатында болатындығы нарықта дербес тауар иеленуші ретінде қимылдауы, қатысушылардың өзара келісім және шарт жасауы.

Мүліктік құндылық қатынастарға ең алдымен қатысушылардың құн заңына сүйенетін мүліктік қатынастарының теңдігіне негізделген тауар – ақша қатынастары және өзге де қатынастар жатады десек, нарықты экономика жағдайында тауар – ақша қатынасы азаматтық құқықты реттеудің негізгі өзегіне айналады.

Мүліктік қатынас адамдар арасындағы қатынас болғандықтан ол мүліктік емес қатынастарымен біте қайнасып, ұштасып жатады.

Қазақстан Республикасы азаматтық заңдары мүліктік емес қатынастардың екі түрін, атап айтқанда, мүліктік қатынасқа байланысты мүліктік емес жеке қатынастар (АК –тің 1 – бабы, 1 – тармағы) мен мүліктік қатынастарға байланысы жоқ мүліктік емес жеке қатынастарды (АК – тің 1 – бабы, 2 – тармағы) реттейді.

Мүліктік емес жеке қатынастардың бірінші тобына мүліктік қатынаспен байланысы бар мүліктік емес жеке қатынастар жатады. Бұл жердегі «байланыстық» деген сөз жеке қатынастардың мүлікке бағыныштылығын көрсетпейді, қайта қоғамдық қатынастардың біртұтас бірлікте болуын айқындайды (мәселен, авторлық, өнертабыс, және т.б., қатынастар). Мсалы, бір ұйымның басқа бір заңды

тұлғаның тауарлық белгісін заңсыз қолданса онда ол әлгі тұлғаға зиянын тигізеді. Мүліктік емес қатынастан келіп мәселен, шығарманың авторы үшін мүліктік қатынастың мүліктігі пайда болады. Сондықтан мүліктік қатынасқа байланысты мүліктік емес жеке қатынастар азаматтық құқық нормаларымен реттеледі.

Мүлік қатынасына байланысы жоқ мүліктік емес жеке қатынастардың екінші түрі мүліктік қатынасқа қарағанда өзге фактілерге орай субъектілер арасында да туындайды. Ол жеке адамдар мен ұйымдарға ғана тән әрі олардан ажырамайтын игілік болып табылады, сондай-ақ онда мүлік мазмұны болмайды, ақшамен де бағалауға келмейді.

Мүліктік емес жеке қатынас Қазақстан Республикасы Конституциясымен реттеледі. Конституцияның II тарауы адам мен азаматтың ажырамайтын құқықтарына арналған. Сонымен азаматтық құқықтың реттеу пәніне мүліктік қатынастарға байланысы жоқ мүліктік емес жеке қатынастардың мейлінше кең ауқымы енеді.

Қорыта айтқанда, азаматтық құқықты реттеудің пәні азаматтық құқық қатынастарында.

Құқық қатынастарын сөз еткенде, оны талдағанда біз алдымен құрамдас элементтерін айқындап алуымыз қажет. Әрбір құқық қатынастарында қатынастың субъектілері деп аталатын қатысушылары болады. Азаматтық құқық қатынастарының субъектілері: жеке тұлға, заңды тұлғалар, әкімшілік - аумақтық бөліністер, сондай-ақ мемлекет болып табылады.

Құқық қатынастарына қатысушылардың арасында белгілі бір байланыс орнайды, сол себепті бұлардың, арасында қатынастарының мазмұнын құрайтын белгілі бір құқықтар мен міндеттер пайда болады.

Сол қатынаста құқықтар мен міндеттер не нәрсеге (мүліктік және жеке мүліктік емес игіліктер) бағытталған болса, сол нәрсе оның объектісі деп аталады.

Сөйтіп, құқық қатынастарына төмендегідей элементтер тән болады: субъектілер (қатысушылар), мазмұны (құқықтар мен міндеттер) және объектілер (құқықтар мен міндеттердің қатысы бар мүліктік және мүліктік емес игіліктер).

Біз күнделікті өмірде «Менің меншік құқығым бар», «Сіз бұлай істеуге құқығыңыз жоқ», «Онын, зейнетақы алуға құқығы бар» тәрізді сөздерді жиі айтамыз, ал бұл орайда кездесетін «құқық» сөзі заң дегенді емес, тұлғаның, нақты адамның белгілі бір мүддесін ғана білдіреді. Бұл жағдайларда «құқық» туралы субъективтік мағынасында немесе басқаша айтқанда, құқықтық нормалардың

құқық тұлғаларына берген құқықтық мүмкіндіктер болып есептеледі. Құқық қатынастарының элементі ретінде айтқанымызда, біз субъективтік құқық туралы да айтамыз. Бұл «құқық» деген сөзге беретін екінші мағына.

Әрбір құқық қатынасында қатысушының бірінің субъективті құқығына екіншісінің, заңдық міндеттілігі сәйкестендіріледі, яғни біреуінің екіншісі алдындағы міндеттілік аясы айқындалады. Мысалы, үйді сатып алу-сату шартына сәйкес сатушы мен сатып алушы арасында екі бірдей құқық қатынасы пайда болады. Оның біріншісінде сатып алушы үйді алуға құқылы да, сатушы оны беруге міндетті.

Осы жерде заңдылық фактіні түсіндіре кету жөн. Азаматтық құқық нормалары өздігінен азаматтық, құқық қатынастарын тудырмайды.

Қандай да болсын нақтылы азаматтық құқық қатынастары белгілі бір жағдай болғанда ғана пайда болады. Мұның мазмұнының өзгеруі немесе оның қысқартылуы да белгілі бір жағдайға байланысты. Осындай құқық қатынастарының пайда болуына, өзгеруіне немесе оның қысқартылуына себепкер болатын жағдайларды заңдылық фактілер деп атайды. Мысалы, баланың тууы, мәміленің, бүлінуі т.т. заңдылық фактілер болып табылады.

Азаматтық кодексте сату-сатып алу, жалдау, мұра қалдыру және тағысын тағылардың кезінде пайда болатын құқық қатынастарын тәртіптейтін баптардың болуы сол жеке тұлғалардың, арасында немесе сондай-ақ заңды тұлғалардың арасында нақтылы құқық қатынастарын өздігінен тудыра алмайды. Белгілі бір азамат пен дүкен араларында сату-сатып алу туралы азаматтық кодекстің баптарында көрсетілген қатынастар пайда болу үшін сол азамат дүкенге барып бір нәрсе сатып алуы керек, яғни дүкенмен сату-сатып алу мәмілесіне кірісуі керек.

Азаматтық заңнамада заңдылық оқиғалар деген түсінік бар. Кейбір заңдылық фактілер осы фактілер нәтижесінде туатын құқық қатынастарына қатысушы тұлғалардың өздерінің қалауы және ниетінен тыс пайда болады. Мұндай заңдылық фактілерді оқиға деп атайды (АК-тің 7-бабы, 8-тармағы). Адамның өлуі, белгілі бір мерзімнің өтіп кетуі фактілері - осылардың бәрі де оқиғалардың қатарына жатады.

Заңдылық әрекеттер: Заңдылық салдар, яғни белгілі бір құқық қатынастарын тудыратын тұлғалардың әрекеттері де заңдылық факті болып табылады (АК-тың 7-бабы, 7-тармақ). Мысалы, мәміле жасасу, ерлі-зайыптылардың айрылысуы, біреуге әдейілеп зиян келтіру заң әрекеттері болып табылады. Алайда, құқық тәртіптері тұлғалардың, жүріс-тұрыстарының бәріне бірдей заң әрекеттері деп маңыз

бермейді; біздің, әрекеттеріміздің, көбі құқық үшін бейтарап әрекеттер, бұл әрекеттер заңдылық қатынастарды тудырмайды да, өзгертпейді де. Кісі біреумен әңгімелесіп отырғанда, кітап оқып отырғанда, жазатын мақаласын ойланып отырғанда, кәдуілгі жағдайдағы оның қызметтері құқық шеңберінен тыс жатады.

Әрекеттер заңды және заңсыз (құқыққа сыйымды және құқыққа сыйымсыз әрекеттер) болып бөлінеді. Көп жағдайларда құқықтар мен міндеттер құқық тәртібінде рұқсат етілген әрекеттердің нәтижесінде пайда болып өзгеріп немесе қысқарып отырады. Заңмен тыйым салынбаған әрекеттер заңды әрекеттер болып табылады. Белгілі бір құқықтық нәтижелер тудыру ниетімен істелген, ерік берілген, заңды әрекеттерге мысал бола алатын, - басқаша айтқанда, азаматтар мен заңды тұлғалардың азаматтық құқықтары мен міндеттерін белгілеуге, өзгертуге немесе тоқтатуға бағытталған әрекеттері мәмілелер деп танылады (АК-тің 4-ші тарауы).

Мәмілелермен қатар, тікелей құқық және міндет тусын деген ниетпен істелмеген, бірақ құқық қатынастарының пайда болуына немесе оның қысқаруына негіз болып табылатын сан түрлі әрекеттер болады. Мұндай әрекеттерге мысал болатындар: некелесу, әдеби шығарма жазу, өнертабыс, т.с.с.

Кейбір әрекеттер құқық тәртібінде тыйым салынғандықтан ғана, яғни заңсыз болғандықтан құқық қатынастарын тудырады. Мәселен, АК-тің 917-бабында былай делінген: басқа біреудің жеке басына не мүлкіне немесе заңды тұлғаға зиян келтіруші сол зиянды толық өтеуге міндетті. Зиян келтіру (деликт) болып табылатын болғандықтан, яғни зиян келтірушіні азаматтық жауапқа тарту салдарын тудыратын заңсыз әрекет болғандықтан зиянды өтеу міндеті зиян келтірушінің еркінен тыс ретте болады.

Заттар – азаматтық құқық қатынастарының, объектілері. Азаматтық құқық қатынастарының объектілері деп заттарды (мүлік және мүліктік құқық), жұмыс пен қызметті, ақпаратты, материалдық деп есептелмейтін игіліктер (мәселен атау) мен интеллектуалды меншікті, яғни әдеби шығарма, өнертабыс және тағы басқаларын айтамыз. Дәл осы объектілерде құқық қатынастарына қатысушылардың мүдделері тоғысады және де бұл объектілердің құқық қатынастарындағы тағдыры шешіледі. Әдетте, азаматтық құқық объектілерінің шеңбері айнымалы келеді. Мысалы, күні кешеге дейін ақпарат оның, аясына кірмеді. Жалпы алғанда, азаматтық құқық қатынастарының объектілерінің негізгі бөлігін заттар құрайды. Зат деп материалдық әлемнің кез келген объектісін айтамыз. Заттардың заңдық тағдырында оның сапасы мен құқылық, мәртебесі елеулі орын алады.

Сондықтан да азаматтық құқықта заттарды саралаудың (классификациялау) алуан түрі кездеседі. Заттар азаматтық айналымдағы қатысына орай шектеулі айналым қабілеттігіне байланысты азаматтық айналымнан шығарылмаған және азаматтық айналымнан шығарылған деп бөлінеді. Азаматтық айналымнан шығарылмаған заттарды олардың иелері өзгеге еркін түрде бере алады, сөйтіп, ол ешқандай шектеусіз қолдан қолға өте береді. Былайша айтқанда, мұндай заттар азаматтық айналымға емін-еркін қатысады. Айналым қабілеттілігі шектелген заттар азаматтық айналымға қатысушылардың белгілі бір бөлігіне қатысты, немесе айналымы ерекше тәртіппен жүзеге асады. Осы объектілердің шеңбері заңмен айқындалады. Оған у, қару-жарақ, оқ-дәрі, қымбат бағалы металдар мен тастар, мәдени және тарихи ескерткіштер, тағы басқалары жатады.

Сонымен, азаматтық заң кейбір заттарды азаматтық айналымнан шығарып тастайды. Өйткені, оның өзі мемлекеттің немесе басқа тұлғалардың өзгеге беруге болмайтын жеке дара меншігі болып табылады. Қазіргі кезде оған мысал ретінде орман, су және басқа бірқатар объектілерді жатқызуға болады.

Заттарды бөлінетін және бөлінбейтін деп жіктейді. Бөлінетін заттар бөлінген күннің өзінде тұтынушылық қасиетінен, бастапқы сапасынан айырылмайды. Мысалы, бір бөлше нанды алайықшы, оны канша жерден бөлсеңіз де нан күйінде қалады емес пе. Ал бөлінбейтін заттарды бөлсеңіз пайдаға аспай қалады. Егер отырғышты арамен екіге жарып кесіп тастаңызшы, онда ол тұтыну қасиетінен айрылып қалады ғой. Саралаудың мұндай заттық мәні мүлікті бөлу кезінде айқын көрінеді.

Заттар құқық қатынастарында жекеше белгіленген және тектес қасиеттеріне қарай белгіленетін заттар деп бөлінеді. Заттар жеке белгілеріне қарап, немесе бүтін бір тобына, басқаларына тектесуіне қарап бөлінеді. Бірінші жағдайда жекеше белгіленген заттар деп, екінші жағдайда тектес қасиеттеріне қарай белгіленген заттар деп атайды. Жекеше белгіленгені тек басқасына емес, тек сол заттын өзіне тән. Мысалы, оған суретшінің суреттегі қолтаңбасы немесе көйлектің өзіндік үлгісі жатады. Зат сол жекеше күйінде ғана бір құқық, қатынасында тектес қасиеттерімен айқындалады, ал басқа ретте даралық сипатқа ие. Айталық, тігін фабрикасы дүкенге 48-пішімді, 3 тұрқылы 100 көйлек әкеліп, сатуға шарт жасасты делік. Бұл құжат бойынша аталған тауар тектес белгілерімен анықталады. Ал сатып алушы әлгі жүз көйлектің тек біреуін ғана таңдайды. Демек ол қолына түскенін емес, өзіне ұнағанын алады. Яғни дене бітіміне шақ келетін әрі жарасымдысын көйлектің жекеше сапасы бойынша таңдайды. Осы құқық қатынасында сатып алушының

алған көйлегі жекеше белгілерге ие, сондықтан да сатушы оған жүз көйлектің өзгесін бере алмайды.

Заттар қозғалмалы және қозғалмайтын болып бөлінеді. Оның қозғалмайтынына жермен тығыз байланысы бар жер учаскелері, учаске қойнауы, көпжылдық өсімдіктер, ғимарат және құрылыстар жатады, олар тұтастығы мен пайдаға асуына орай жерге елеулі залал келтірмей бөліне алмайды. Сондай-ақ Азаматтық кодекс қозғалмайтын заттар қатарына әуе және теңіз кемелері мен ғарыш объектілерін де жатқызады. Себебі олар халықаралық дәстүр мен халықаралық төрелік жасау арқылы қолданылады. Осындай аса қымбат саналатын объектілерді пайдалану белгілі бір мемлекет құзырынан шығып та кетеді. Әрине, мұндай объектілердің қозғалмайтын мүлік жөніндегі жалпы ережемен сыйыспайтындығын да мойындауға тура келеді.

Қозғалмайтын мүлікке берілетін құқық мемлекеттік тіркеуден міндетті түрде өтуі тиіс. Дәл сол сияқты мемлекеттік тіркеуге қозғалмайтын мүлікке жасалған келісім де жатады. Алайда біз бұл арада ереже талаптарынан шығып кететін жәйттерді де кездестіреміз. Мәселен, автокәсіпорын қозғалатын мүлік болып есептелгенмен тіркеуге жатқызылады.

Кәсіпкерлікке пайдаланылатын кәсіпорын мүліктік кешен ретінде мүліктің (заттың) ерекше түрі болып табылады. Ал кәсіпорын негізінен алғанда қозғалмайтын мүлікке жатады. Мүліктік кешен ретінде кәсіпорынға оның қызметіне керекті мүліктің барлық түрі енеді. Ол тек қажетті объектілерді ғана қамтып қоймай, жер учаскесі, ғимарат, құрылыстар тәрізді қозғалмайтын болып көрінетіндерді өзіне қаратып алады, тіпті жеке дара күйінде қозғалмалы мүлік болып табылатын керек-жарак, құрал-жабдық, шикізат, өнім, тіпті талап ету құқы да, қарыз, атауы, тауарлы және фирмалық белгілер, бәрі-бәрі одан іргесін аулақ сала алмайды.

Демек, егер кәсіпорын сатылатын болса, онда оның иесі сатып алушыға өзінің қарамағындағы барлық мүлікті беруге тиіс. Тек сатып алушымен келісім арқылы мүліктің бір бөлігін (мысалы, шикізат немесе кейбір құрал-жабдықтар) жекелей түрде сатуына болады.

Қосалқы зат және басты зат: дербес пайдалануға келмейтін, тек басқа затпен (басты) ғана бірге пайдалануға болатын заттар қосалқы заттар деп аталады. Жалпы ережеге сәйкес қосалқы зат басты заттың заңдық тағдырына әсер етеді. Енді басты зат пен қосалқы затқа мысалдар келтірейік: құлып пен кілт, есік пен құлып, үй мен есік. Егер сіз үйді сату-сатып алу жөнінде шарт жасассаңыз онда оған үйді есігімен,

құлпымен, сондай-ақ кілтімен сатылады деп жатудың қажеті жоқ. Өйткені, ол басты зат пен қосалқы зат ережелеріне бағынады. Сатушы есіктің, құлпын алып қойса, онда сатып алушы оны орнына қоюды талап етуге құқылы. Кей жағдайда сатушы мен сатып алушы арасында жасалған келісім шарт бойынша қосалқы затты басты заттан бөлуге мәмілеге келе алады.

Жаңа Азаматтық кодекс азаматтық құқық объектілерінің тізіміне жануарларды да қосады. Егер заңда өзгеше көзделмесе, оған мүлік жөніндегі жалпы ереже қолданылады. Құқықты жүзеге асыру кезінде жануарлармен ізгілік принциптеріне қайшы келетін қатал да аямаушылық әрекеттердің орын алуына жол бермейді. Мұндай тұжырымдама қосымша түсіндірме жасауды қажетсінеді. Біріншіден, бұл арада әңгіме жан-жануарлардың бәріне қатысты ма, әлде тек үй жануарлары туралы ғана ма? Қоян мен қасқырды орман мүлкіне жатқыза аламыз ба? Солай болған күнде меншік иесі мұндай мүліктерді басқара алмайды емес пе.

Сондай-ақ жануарға «қатал қарау-аямаушылық», дегенге орай оған әдейі зардап шектіру шегі қалай айқындалады, бұл да оңай сауал емес. Өйткені, ғылыми тәжірибеге байланысты жануарларды азаптауға, тіпті өлтіруге тура келеді, онда қалай болады? Бұл сауалдарға жауапты тек соттың белгілі бір жағдайларға байланысты шығарған шешімі ғана жауап бере алады.

Затқа ақша, валюталық құндылықтар, сондай-ақ құнды қағаздар жатады. Әдетте ақша тектес белгілерімен анықталған зат болып табылады. Тек оның көрініске қойылғандары ғана оған кірмейді. Қазақстанның барлық аумағында теңге заңды төлем құралы болып есептеледі. Ол банкнотта көрсетілген бірлікте бағаланады. Шетелдік валютамен есеп айырысу тек заңда көзделген ретте жүзеге асады. Валюта құндылығына қымбат бағалы металдар, қымбат бағалы тастар, шетелдік валюта, шетелдік банктік кірістер, акциялар, шетелдік облигациялар жатады. Олармен келісім жасау 1996 жылы 24 желтоқсанда қабылданған Қазақстан Республикасының «Валюталық реттеу туралы» заңымен жүзеге асады. Бірақ валюталық құндылыққа меншік құқығы басқа мүліктер тәрізді жалпы негізде қорғалады.

Құнды қағаздар да зат делінеді. Құнды қағаз дегеніміз белгіленген нысан мен міндетті реквизиттерді сақтай отырып, қайсыбір мүліктік құқықты орнататын, оны куәландыратын, өзін көрсеткенде ғана құқықты іске асыратын құжат болып табылады. Демек құнды қағаз жоғалса, онымен жасалған мүліктік құқық та қоса жойылады. Құнды қағаз осы ерекшеліктерімен қарыз алғанда берілетін қолхат

есебінде әрекетке түседі. Зергерлік бұйымдар және қымбат бағалы металдар мен тастардан жасалған тұрмыстық зат объектілері валюталық құндылыққа жатпайды.

Оның соңғысы мүліктік талапты куәләндыруға қызмет етсе, ал оны жоғалту ондай талапты қоюда басқа куәларды алға тартуға кедергі жасамайды. Құнды қағаз өзінде көрсетілгеніндей, мүліктік құқықты айғақтайтын бірден бір құжат болып есептеледі.

Ол белгіленген және міндетті өлшемдерді (реквизитті) сақтай отырып жасалады. Мәселен, жалпы ережеге сәйкес коносамент жарамды болуы үшін оның белгіленген өлшемі болуы шарт. Онда коносаменттің атауы, белгілі бір соманы төлеуге деген ұсыныс, оны кімнің төлейтіндігі, атауы, төлемді төлеу мерзімі мен орны, кімге немесе тапсырыс бойынша кімнің төлем жасайтындығы, коносаменттің жасалған уақыты мен орнын көрсету, коносаментті берушінің қолы тәрізді талаптар қамтылады. Осылардың біреуі болмаған жағдайда коносамент жарамсыз болып танылады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы, 30 тамыз 1995ж. (келесі өзгерістер мен толықтырулармен). – Алматы: Юрист, 2012. -45б.
2. Комментарий к Гражданскому кодексу Республики казахстан (общая часть) Отв.ред. Сулейменов М.К., Басин Ю.Г., кн.1 и 2. – Алматы:«Жеті жарғы», 2003. - б.
3. Гражданский кодекс Республики Казахстан-Толкование и комментирование. Общая часть. Вып. 1-10. - Алматы, 1996. - б.
4. Қазақстан Республикасының азаматтық құқығы. Оқулық Ғ.Төлеуғалиев 1-том право России. Отв. Ред. Садиқов О.Н. (курс лекций) ч.1, М., 1996.
5. Гражданское право (общая часть), сб.статей учебн. Пособие. Гл. Ред. А.К. Диденко. Алматы юрид. лит-ра -2003.
6. Гражданское право: Общая часть. Учебное пособие в схемах. Алматы-2004 г. Под. ред. Абдыкадырова Б.К.
7. Актуальные проблемы гражданского права, под редакцией М.И. Булатова, Алматы

8. Гражданское право, учебник для ВУЗов под редакцией М.К.Сулейменова, Ю.Р. Басина. Алматы- 2000
9. Гражданское право (Общая часть). – Алматы: Данекер, 1999 г.
10. ҚР Азаматтық кодексі Жалпы бөлімі Ерекше бөлімі Алматы 2004ж.
11. Ғ.А. Жайлин. Азаматтық құқық. Ерекше бөлім, I том Оқулық. Алматы 2004ж.
12. 15. Ғ.А. Жайлин. Азаматтық құқық. Ерекше бөлім, II том Оқулық. Алматы 2004ж
13. С.А. Ынтымаков Азаматтық құқық. Ерекше бөлім, Практикум. Алматы 2004ж
14. Г.И. Төлеуғалиев Азаматтық құқық. Ерекше бөлім, I том Оқулық. Алматы 1999ж.
15. Хамзин У.М. Азаматтық құқығы. Шарттың түрлері. Қарағанды-2006ж
16. Пономарева В.П. Азаматтық құқық. Ерекше бөлім Оқу құралы. Қарағанды 2005ж.
17. Азаматтық құқық. Практикум. Ынтымақов С.А. (Жалпы және Ерекше бөлімдер). – Алматы: ҚазМЗА, 2000. – 192

CONTENTS**ИКОНОМИКИ****Икономиката на предприятието**

Елпанова М.А., Бурнаева Р.Н. ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕГАЗОВЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ	3
Волошина О.О., Зверев О.В., Рупенко В.С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	7
Павлова В.А., Лук`яненко В.В. ПРО РІВНІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	10
Кузьменко О.В., Піунова А.Д. ВИЗНАЧЕННЯ ПОРТЕРУ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «КРИЛА»	13

Регионална икономика

Залесский Б.Л. БЕЛАРУСЬ - КЫРГЫЗСТАН: АКТУАЛЬНАЯ МЕДИЙНАЯ ТЕМАТИКА СОТРУДНИЧЕСТВА РЕГИОНОВ	16
---	----

Финансови отношения

Мартиненко В. В. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ СПРИЯТЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ В МІЖНАРОДНИХ ПОРІВНЯННЯХ	19
---	----

Отдел човешки ресурси

Aimukhanbetova Guldana STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL	22
---	----

Маркетинг и управление

Красовська О.Ю., Орел Л.О. СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ	27
Яременко С.С., Петроченко М.О. ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ЛАСУНКА»	30

Счетоводство и одит

Tkachenko S.A., Potyshniak O.M. METHODOLOGICAL AND INFORMATIONAL TOOLS OF INTEGRATED ECONOMIC-ANALYTICAL SUPPORT IN THE IMPLEMENTATION OF COMMERCIAL AND INDUSTRIAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES	33
--	----

ФИЛОСОФИЯ

Философия на религията

Хамзеева Б., Умбетов С ДІНИ ФУНДАМЕНТАЛИЗМГЕ ТӘН ЕРЕКШЕЛІКТЕР..... 36

ПУБЛИЧНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ

Засилване на ролята на държавен служител на настоящия етап на развитие на обществото

Акимбаев Е.Ж. ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ЭВАКУАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН..... 43

ЗАКОН

Полева И.А., Волгина А.П. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 46

Наказателно право и криминология

Жаменкенова П.О. КРИМИНАЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... 51

Екологично, сухопътно и земеделско право

Копбулов Р.А., ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЖЕРГЕ МЕМЛЕКЕТТІК МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫНЫҢ ЖӘНЕ ЖЕР УЧАСКЕЛЕРІНЕ ЖЕКЕ МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫНЫҢ ПАЙДА БОЛУ НЕГІЗДЕРІ 57

Гражданско право

Жаменкенова П.О. АЗАМАТТАРДЫҢ МҮЛІКТІК ЖӘНЕ МҮЛІКТІК ЕМЕС ӨЗІНДІК ҚҰҚЫҚТАРЫНЫҢ АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ 69

CONTENTS.....79

246985

247547

247668

247775

247840

247881

247737

247538

247709

246684

247703

247622

247774

247523

247719

247522