

**Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті**

**Министерство образования и науки Республики Казахстан
Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова**

**Кәсіпкерлік жоғары оқу орны – ғылым,
инновация, білім және бизнес**

Ғылыми еңбектер жинағы

**Предпринимательский ВУЗ –
наука, инновации, образование и бизнес**

Сборник научных трудов

Павлодар
Toraighyrov University
2019

Жалпы редакция:

Ахметова Г.Г. философия ғ. кандидаты, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің ректоры

Редакциялық комиссия мүшелері:

Ержанов Н.Т., б.ғ.д, профессор, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің ғылыми жұмыс және инновациялар жөніндегі проректоры;

Титков А.А., э.ғ.к., С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің профессоры.

Под общей редакцией:

Ахметова Г. Г. к.филос.н., Ректор Павлодарского государственного университета имени С. Торайғырова

Члены редакционной коллегии:

Ержанов Н. Т., д.б.н., профессор, проректор по научной работе и инновациям Павлодарского государственного университета имени С. Торайғырова;

Титков А. А., к.э.н., профессор Павлодарского государственного университета имени С. Торайғырова.

П71 Кәсіпкерлік жоғары оқу орны – ғылым, инновация, білім және бизнес: ғылыми еңбектер жинағы. – Павлодар: Toraighyrov University, 2019. – 288 б. Предпринимательский ВУЗ – наука, инновации, образование и бизнес: сборник научных трудов. – Павлодар: Toraighyrov University, 2019. – 288 с.

ISBN 978-601-238-937-1

Осы жинақ аясында С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің жетекші ғалымдарының Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлік білім берудің қалыптасуы мен дамуының қазіргі заманғы трендтері және өзекті мәселелеріне қатысты ғылыми мақалалары, стратегиялық мақсатты аспектісі кең спектрлі салалық бағыттарға негізделген студенттік стартап-жобалар болып табылатын кәсіпкерлік типтегі университеттердің жұмыс істеу механизмдерін жобалау мәселелері ұсынылған.

Ғылыми еңбектер жинағы жоғары оқу орындарының басшылық құрамына, кәсіби мүдделері жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру жүйесіндегі кәсіпкерлік пен бизнесті дамыту мәселелерімен, стартап-академияларды, коворкин-орталықтарды, бизнес-инкубаторларды, ментерство институттарын құру және бизнес-идеяларды акселерациялау қағидаттарында жастар кәсіпкерлігін қолдау инфрақұрылымының инновациялық өзгеруімен байланысты ғалымдардың кең құрамына арналған.

В рамках настоящего сборника представлены научные статьи ведущих ученых Павлодарского государственного университета имени С. Торайғырова, затрагивающих современные тренды и актуальные вопросы становления и развития предпринимательского образования в Республике Казахстан, вопросы проектирования механизмов функционирования университетов предпринимательского типа, где стратегическим целевым аспектом являются студенческие стартап-проекты по широкому спектру отраслевых направлений.

Сборник научных трудов рассчитан на руководящий состав высших учебных заведений, широкий круг ученых, чьи профессиональные интересы сопряжены с вопросами развития предпринимательства и бизнеса в системе высшего и послевузовского образования, инновационной трансформацией инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства на принципах создания стартап-академий, коворкин-центров, бизнес-инкубаторов, институтов ментерства и акселерации бизнес-идей.

Жинақ көпшілік оқырманға арналады.
Мақала мазмұнына автор жауапты.

ӘОЖ 378
КБЖ 74.58

ISBN 978-601-238-937-1

© Toraighyrov University, 2019

**С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің
ректоры, филос.ғ.к., Г. Ахметованың алғы сөзі**

Құрметті әріптестер!

Қазақстан Республикасы жоғары оқу орындарының ректорлар кеңесінің отырысы еліміз үшін саяси маңызды уақытта өткізіліп отыр. Өздеріңізге белгілі биылғы жыл «Жастар жылы» деп жарияланды. Мемлекет бізге жоғары білім берудің жауапты өкілдері ретінде, өнімді жұмыспен қамтуды дамыту және мамандарды сапалы даярлау міндетін қойды.

Бүгінгі күні жаңа қоғамдық қажеттіліктер мен сұраныстар пайда болды. Бұл жағдайда бізге заманауи тәсілдер, бейімделу мүмкіндігі, терен сараптамалық бағалау және мамандардың өзекті ұсыныстары қажет.

Атап өтерлігі, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті жаңа форматтағы кадрларды кәсіпкерлік арқылы оқытатын Қазақстандағы алғашқы құрылған алаңдардың бірі.

2016 жылы Павлодар облысының 2030 жылға дейінгі Даму стратегиясының аясында Павлодар мемлекеттік университетінің базасында студенттік және оқытушылық кәсіпкерлікті дамытуға, сондай-ақ жобаларды коммерцияландыруға бағытталған халықаралық Стартап Академиясы ашылды.

Университеттің міндеті тек білім беру ғана емес, сонымен қатар студентті өзін-өзі тәрбиелеуге, өздігінен білім алуға және қоғамдық жаңа сұраныстар жағдайларында өмір сүруге үйрету.

Қазіргі стартаперлер және спиноферлер өз іс шараларында дәстүрді тамаша жалғастырып келеді. Олардың ішіндегі ең үздіктері мақсаттылығымен, қызығушылықтарының кеңдігімен, белсенді азаматтық ұстанымымен ерекшеленеді.

Олардың игі істері жыл сайын ауқымды болып келеді. Жас кәсіпкерлер өмірге – қоғам өміріне, мемлекеттің өміріне қатысу үшін маңызды қадамдар жасап отыр.

Елдің ғылыми-технологиялық әлеуетінің өсуі, тиімді инновациялық жүйені қалыптастыру және экономиканың серпінді дамуы көбінесе олардың жұмысының нәтижелеріне байланысты.

Қазақстан Республикасы жоғары оқу орындарының ректорлар кеңесінің барлық қатысушыларына қазіргі заманғы Қазақстанның жоғары мектебін дамыту мәселелерінде жемісті ынтымақтастық тілеймін.

**С. Торайғыров атындағы
ПМУ ректоры**



Г. Ахметова

FTAMP 14.35.01

Г. Ф. Ахметова

филос.ғ.к., С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің ректоры, Павлодар к., 140008, Қазақстан Республикасы

**С. ТОРАЙҒЫРОВ АТЫНДАҒЫ ПАВЛОДАР
МЕМЛЕКЕТТІК УНИВЕРСИТЕТІНІҢ КӘСІПКЕРЛІК
ЭКО-ЖҮЙЕСİNДЕ БІЛІМ, ҒЫЛЫМ, ТЕХНОЛОГИЯ,
БИЗНЕС САЛАЛАРЫНДАҒЫ ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ**

Берілген мақалада тұрақты даму мен перспективалық бағыттың негізі ПМУ-дегі білім беру үдерісін жаңғыртудың көрсеткіштері ретінде ұсынылған. Заманауи ғылыми мен кәсіпкерлік тәжірибе сандық және сапалық көрсеткіштер мысалдары арқылы анықталған.

Кілтті сөздер: ЖОО, білім берудің сапалық көрсеткіштері, кәсіпкерлік, шығармашылық, коммерциализация, стартап жобалар, спин-офф.

Талап етілген кадрларды дайындау – кез келген білім беру мекемесінің білім беру қызметінің сапалық көрсеткіштерінің бірі болып табылады.

Осыған байланысты, әрбір жоғары оқу орыны осы көрсеткішке қол жеткізу үшін өзінің формуласын табуы керек. Және бұл формуланың жұмыс жасауының немесе жасамауының көрсеткіштерін тәжірибе жүзінде ғана түсінуге болады.

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті соңғы бірнеше жылда мақсатты түрде осыған қол жеткізуді көздеді, ал қазір түлектердің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін үш негізгі компонент бар.

Бұл нақты тығыз экономиканың секторымен серіктестік, қазіргі заманғы білім беру технологияларын қолдану және университет қабырғасында кәсіпкерлік ортаны қалыптастыру.

Қазіргі замандағы жалғыз сәтті модель - нақты мақсаттарға жетуге баса көңіл бөле отырып, рационалды өмір сүре білу. Елбасы Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: Рухани жаңғыру» бағдарламалық мақаласында прагматикалық қасиеттер мен бәсекеге қабілеттілікті дамытудың маңыздылығы туралы айтылады. Бұл табысқа жету үшін бағытталған кез-келген ұйымға, жеке тұлғаға және ұжымға да қатысты.

Біздің университет заманауи Қазақстанның жоғары білім саласындағы өзіндік 60 жылдық тарихы мен ірі жеткен жетістіктері бар оқу орыны.

С. Торайғыров атындағы ПМУ – Ертіс өңірінің көне ЖОО ретінде Павлодар индустриалды институты болып 1960 жылы 20 қыркүйекте құрылған. Университеттің құрылымында 3 факультет болған, олар: машина жасау, инженерлік- құрылыс және энергетикалық. Сабактарды 22 оқытушы жүргізді және 400 студент білім алған. Қазіргі кезде (2019 сәуір бойынша) білім алушылардың жалпы саны 8 317, бір жарым жылдың ішінде 6966 (2017), 7582 (2018), 8317 (2019) нан 40 % өсті.

Бірнеше жыл бойы С. Торайғыров атындағы ПМУ, БСҚА бойынша рейтингте 5 орын, 2018 жылы «Атамекен» білім беру бағдармаларының рейтингінде 4 орын, Webometrics - әлемнің жоғары оқу орындары арасында 5713 орын және Қазақстанның жоғары оқу орындарының арасында 8 орын (11 орыннан 8 орын көтерілдік), Австралиялық рейтинг (4 International colleges & universities) – әлемнің жоғары оқу орындары арасында 5502, Қазақстанның университеттері арасында - 8 орын алды.

Біздің университет мемлекеттік гранттарды алу бойынша көшбасшы (2018 жылы: 1364 білім алушылар, 851 бакалавриат, 513 магистратура, PhD – 31).

Осы жетістіктердің артында ғылым мен білім беру бағыттарының қазіргі заманғы үрдістерді түсінуге және қабылдауға мүмкіндік берген профессорлар мен оқытушылық құрамының күнделікті жұмысы, 25 % университетте бірнеше жылдар бойы жұмыс істеп келген декан корпусының тәжірибелі және көп жылдық еңбегінің нәтижесі болып табылады.

Біздің университетіміздің негізгі бағыттарының бірі – нақты экономиканың секторымен тығыз қарым-қатынас жасау, ПМУ инженерлік-техникалық мамандықтар бойынша дуалды оқытуды дамытуда. 2018 жылы бакалавриат деңгейі бойынша ПМХЗ ЖШС-мен Мұнай газ мамандығы бойынша, «Победа» ЖШС-і ауыл шаруашылығы кәсіпорында да дуалды оқыту енгізілді. 2019 жылдың басынан бастап ЖШС KSP Steel-мен «Металлургия», «Машина жасау», «Стандарттау, метрология және сертификаттау» «Технологиялық машианалар және жабдықтар», «Автоматтандыру және басқару» мамандықтары бойынша кезең-кезеңімен дуальды бағдарламалар енгізілуде. «Еуразиялық энергетикалық компания» АҚ, «Қазақстан алюминийі» АҚ-мен дуальды оқыту бойынша материалдар дайындалуда.

Халықаралық серіктестік шеңберінде 2018 жылдан бастап Белоруссия мемлекеттік технологиялық университетімен (12 студент) «Өнеркәсіптік экология» бакалавриат мамандығы бойынша, Томск мемлекеттік университетімен, Алтай мемлекеттік университетімен, Новосібір мемлекеттік техникалық университетімен 8 мамандық бойынша БОБ және ҚД магистратура қос дипломды бағдарламалары бойынша білім беру жүргізілуде.

2018 жылдан бастап ағылшын тілінде бакалавриаттың білім беру бағдарламаларына қабылдау жүргізілді: «Oil and gas refining», Nottingham Trent University, University of Cambridge, Brunel University, Lund University әзірленген, LTD мұнай химия, Павлодар мұнай-химия зауыты).

Жаңа білім беру құралдарын пайдалану еңбек нарығында түлектерге деген сұранысқа айтарлықтай әсер етеді.

Соңғы жылдары жұмыспен қамту мәселелерінде оң үрдістер байқалды. 2018 жылы түлектерді жұмыспен қамту 96 % (жұмыспен қамтылғандармен қоса) құрайды. 2017 жылмен салыстырғанда түлектердің орташа жалақы өтемі 2018 жылы 30000 теңгеге өсті және ол 97000 теңгені құрайды (44 % өсім).

ПМУ экономиканың барлық салалары үшін мамандарды даярлау бойынша мемлекеттік бағдарламалардың алдыңғы қатарлы университеттерінің бірі болып табылады.

Университеттің ИИДМБ бағдарламасына қатысуы сәтті болды. 2015-2019 жылдар аралығында мемлекеттік бағдарламаны іске асыруда 13 техникалық және агротехнологиялық мамандықтары бойынша 680 магистр білім алды.

Біздің университет 2015 жылдан бастап «Серпін – 2050» мемлекеттік бағдарламасына қатысушы. Қазіргі кезде бұл бағдарлама бойынша 20 техникалық мамандық бойынша 550 студент білім алуда. Биылғы оқу жылында 16 техникалық мамандық бойынша алғашқы түлектер – 267 студент бітіріп шығады.

Университетте 2015 жылы кәсіптік - эко-жүйені қалыптастыру және дамыту бойынша жаңа бағыт ашылды.

Стартап - траекторияны күшейту басталды. Бізге техникалық бағдарланған университет ретінде ғылым мен жаңа уақыттың рухын біріктіре алатын орынды табу керек болды. Сол себепті С. Торайғыров атындағы ПМУ-де «кәсіпкерлік арқылы оқыту» идеологиясы қабылданды.

Ең бастысы, стартаптар туралы тұжырымдамалардың барлығы қолжетімді болғандықтан, оларды университеттің оқу бағдарламаларына енгізу жолын табу қиынға соқты. Ал ПМУ осы мәселе бойынша алғашқы жол салушылардың бірі болды.

Мұның бәрі біздің оқытушыларымыздың, кафедра меңгерушілерінің еңбегі, олар жедел түрде өз ойларын өзгертуге, шетелдік жоғары оқу орындарының және ғылыми орталықтарының инновациялық тәжірибесін қабылдауға және оларды ПМУ-ға бейімдеуге атсалысты.

Бір топ университет оқытушылары мен қызметкерлері кәсіпкерлік бойынша Силикон алқабы, Израиль, Сингапур сияқты елдердің әлемдік тәжірибесін зерттеді. Материалдық және интеллектуалды ресурстарымызды зерттеп, салыстырудан кейін біз университетте кәсіпкерлік ойлауды қалыптастырудың өз схемасын жасадық:

– біріншіден 100 пайыз студенттер көшбасшылық, кәсіпкерлік, креативтілік курстарынан өтеді. Ол үшін біз бакалавриаттың барлық мамандықтары бойынша «Көшбасшылық» және «Кәсіпкерлік» атты жаңа модульдерді барлық білім беру бағдарламаларына енгіздік. Оған «Жетістік философиясы» курсы бойынша (Философия және әлеуметтік гуманитарлық пәндер кафедрасы), «Кәсіпкерлік тарихы» (Қазақстан тарихы кафедрасы), Көшбасшылық психологиясы (Педагогика және психология кафедрасы), Қоғамда және саясаттағы көшбасшылық (Басқару және саясаттану кафедрасы), Тіршілік қауіпсіздігі (Кәсіптік оқыту және қоршаған ортаны қорғау кафедрасы), Кәсіпкерлік құқық (Құқық кафедрасы), Кәсіпкерлік қызметтің негізі (Қаржы және есеп кафедрасы), Start up жобаларды экономикалық негіздеу (Экономика кафедрасы), Маркетинг және брендинг (Философия және әлеуметтік гуманитарлық пәндер кафедрасы), Экологиялық менеджмент (Биология және экология кафедрасы), Информациялық-коммуникативтік технологиялар, мобильді қосымшалар (Ақпараттық технологиялар кафедрасы).

Екіншіден, стартап-магистратура ашылды, үміткерлер питч форматында емтихан тапсырады, онда бизнес идея бойынша, мамандыққа сәйкес негізгі есеп жолдары ашылады. Базалық және бейінді мамандандырылған пәндер кәсіпкерлік құзырлықпен бірігеді. Қорытынды аттестация кезінде, стартап жобаларды қорғау прототип болуымен, бірінші сатылыммен және ЖК немесе ЖШС ашумен анықталады.

Стартап Академияның ашылған сәтінен бастап, 4 мыңнан астам студент кәсіпкерлік негіздеріне үйренді, 52 қолданыстағы стартаптар, 156 жұмыс орыны ашылды. Бүгінгі күні Стартап Академияда шығармашылық бизнес-орта қалыптасты, мысалы, үш коворкинг, соның ішінде ART-GARAGE жұмыс істейді.

ART-GARAGE – алдағы уақытта IT-мамандар, сәулетшілер және құрылыс және машина жасау саласындағы мамандар үшін бірыңғай кеңістікте орналасқан бірнеше жоба компанияларының бірігуі мүмкін коворкинг болып саналады. Ол қаладағы шығармашылық оазисінің бір түрі. Бұл жерде IT-технологиялар саласындағы «TKR-Toraighyrov University» фирмасы, сонымен қатар, art-галерея орын алады. Онда студенттермен қатар, жасөспірімдерге, қала тұрғындарына шығармашылықпен айналысуға мүмкіндік бар.

Университеттің ғалымдары мен докторанттары 2017 жылы кәсіпкерлік ойлауды дамытудың жаңа форматына көшті. Біз инновациялық кәсіпкерлікті дамытуға спин-офф жобаларды – нарыққа енгізу үшін жас ғалымдардың инновациялық жобаларын коммерциялық ынталандыруды ұсындық.

Коммерциализация кеңсесінде 3 адамнан тұратын топ құрылды, университет тек үй-жай, құрал-жабдықтармен ғана қамтамасыз етіп қоймай,

сондай-ақ прототипті жасау немесе эксперименталды және ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізу үшін қажетті материалдарды ұсынады.

Соңғы нәтижеде: трансферлік процедураға тартылған технология, сол арқылы нарықтық- коммерциялық пайдамен табысқа әкеледі. Өз кезегінде, стартап жоба өз нәтижесін нақты өнім түрінде, сондай-ақ прототип түрінде ұсына алады. Өз кезегінде спин-офф жобасы стартапқа қарағанда іргелі және қолданбалы ғылымға жақын екенін атап өту керек. Осы кезеңде шағын көлемді спин-офф жобалары іске асуда, сатылымдар мен өндірісті кеңейту схемасы құрылуда.

Табысты спин-офф жобалардың бірі «TOR» – электробайк, ол кең тараған бензиндік мотоцикл негізінде жасалған электробайк» - ол қозғалыс барысында бензин бағасын 10 есеге арзандатуға мүмкіндік береді.

Ал, «Atmos Water» жобасы суды механикалық, ерімейтін бөлшектерден, хлор қоспалары, ауыр металдардан тазарту құралы. Ол ауадан ауыз су алу принципіне негізделген. Ауа ауыз суға ПМУ спин-офферлері ойлап тапқан қондырғы арқылы ауысады. Құрылғы сондай-ақ сүзеді және озонаттайды. Арнайы технологияны қолдану арқылы су бактериялар мен ауыр металдардан тазартылады. Нәтижесінде алынған су сыналды және пайдалануға жарамдылық туралы оң қорытынды берілді. Сонымен қатар, құрамы бойынша Павлодар нарығындағы бөтелкедегі өнімдерге қарағанда таза болып шықты.

Келесі ПМУ ғалымдарынан құралған топ болашақта сумен жұмыс істейтін двигатель жасауға көмектесетін «Сутегі генераторын» құрастырды. Құрылғының міндеті тиімді, арзан және экологиялық таза отын түрін жасау болып табылады, ол күйдіреді, суға айналады және қайтадан пайдалануға болады. Сутектік отынмен жұмыс істейтін машиналар «қайта зарядсыз» 400-500 км жол жүре алады.

Күн сәулелері – күн батареяларындағы автономды шамдар туралы көптеген бұқаралық ақпарат көздері жазды. Абаттандыру аясында тағы екі жоба жүзеге асуда. Жаяу жүргіншілер плиталарын пайдалану жүйесі, ол жаяу жүргіншілердің кинетикалық энергиясын жинақтап, пайдалану үшін электр энергиясына түрлендіруге мүмкіндік береді. Бұл жүйені ірі инфрақұрылымдық нысандарға автомобиль жолдары мен кірме жолдарға орнатуға болады.

Сонымен қатар біздің спин-офферлер алтын полимерді жасап, оның үстіне төселген плиткаларды өндіру цехын іске қосты. Пластикалық тұрмыстық қалдықтар және техногендік қалдықтар негізінде – құрылыс материалдарын күл түрінде өндіру.

Көріп отырғаныңыздай, жастардың идеялары уақыт талаптарына жауап береді: бұл бизнес-жобалар ғана емес, өмір сүру ортасын жақсарту,

адам өмірінің сапасын жақсарту болып табылады. С. Торайғыров атындағы ПМУ әлеуметтік жауапкершілік пен табысты кәсіпкерлік тәсілдерін қалай үйлестіру керек екенін үйретеді.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

Г. Г. Ахметова

Коллаборация образования, науки, технологий, бизнеса в предпринимательской эко-системе Павлодарского государственного университета имени С. Торайғырова

Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова,
г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан.
Материал поступил в редакцию 15.04.19.

G. G. Akhmetova

The collaboration of education, science, technology and business in the entrepreneurial eco-system of S. Toraighyrov Pavlodar State University

S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

В данной статье представлены результаты модернизации образовательного процесса в ПГУ, заложенные основы устойчивого развития и перспективные направления. Современный научный и предпринимательский опыт выражен на примерах количественных и качественных показателей.

The article presents the results of the modernization of the educational process at the PSU, the foundations for sustainable development and promising directions. Modern scientific and entrepreneurial experience is expressed in the examples of quantitative and qualitative indicators.

А. А. Орсариев

д.полит.н., профессор, ответственный секретарь МОН РК, Министерство образования и науки Республики Казахстан, г. Астана, 010000, Республика Казахстан

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ РАЗВИТИЯ МАССОВОГО МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН НА ПРИНЦИПАХ РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ И СОЗДАНИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТИПА

Статья посвящена современным проблемам и возможностям интенсификации массового молодежного предпринимательства в Республике Казахстан на принципах реализации стартап-проектов и создания университетов предпринимательского типа. На современном этапе развитие молодежного предпринимательства сопряжено с комплексом системных проблем. Необходимость решения данных проблем предопределила актуальность и тематику научной статьи. Основные научные результаты и выводы сосредоточены на выработке авторских экономических моделей развития молодежного предпринимательства.

Ключевые слова: молодежь, предпринимательство, стартап-проекты, университет предпринимательского типа.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развития рыночной экономики особую остроту приобретают в Республике Казахстан проблемы интенсификации развития малого и среднего предпринимательства. Именно этому сектору экономики отводится сегодня главная роль в процессе формирования среднего класса, способного стать надежной опорой индустриально-инновационного развития казахстанского общества. Фундаментальным исходным стратегическим ресурсом для развития малого и среднего предпринимательства на современном этапе является активная молодежь, молодежные бизнес идеи и стартап-проекты, формирующиеся в системе функционирования вузов.

Актуализация проблематики молодежного предпринимательства происходит также в силу того, что в настоящее время присутствует потенциальная, но еще не полностью доступная возможность улучшения

социально-экономического положения молодежи и социально-экономической системы страны в целом. Целенаправленное и активное включение в предпринимательскую деятельность – является для молодого поколения одним из решений проблемы трудовой занятости, особенно обостряющейся в регионах страны в кризисно-циклические периоды развития экономики.

Массовое молодежное предпринимательство способствует укреплению материального положения молодых людей, а также их профессиональной и личностной самореализации, креативной культурной позиции.

Актуальность проблемы развития занятости молодежи и молодежного предпринимательства, на современном этапе, осознается практически во всех регионах, включая и Павлодарский регион, как ведущий индустриально-культурный центр страны. Свидетельством актуальности темы массового молодежного предпринимательства и его государственной поддержки является наличие нарастающих тенденций формирования в вузах страны специальных программ по развитию предпринимательства. В 2015–2016 годах в Республике Казахстан начата разработка концепции развития вузов предпринимательского типа.

Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни, и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов и ведущих крупных промышленных предприятий. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионах страны, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности территориальных экономических систем.

Современные исследования показывают, что молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания малых молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной образованностью молодых людей. К совокупному перечню проблем также относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала у молодых людей, ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей с реализацией инновационных проектов на крупных региональных промышленных предприятиях. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем разработки соответствующих организационно-экономических механизмов. Ввиду существующих проблем поддержки молодежного предпринимательства

существует необходимость в создании специальной инфраструктуры по обеспечению занятости молодежи в бизнес-среде.

Таким образом, актуальность и необходимость интенсификации развития массового молодежного предпринимательства в Республике Казахстан преопределили тематику настоящей научной статьи.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Социально-экономическая характеристика молодежи как категории населения отличается двойственностью ее роли в системе социально-экономических отношений. С одной стороны, молодежь представляет наиболее экономически активную и перспективную категорию населения. Молодежь в значительной части обладает тем уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья, который выгодно отличает ее от других групп населения.

С другой стороны, в официальных документах она относится к социально незащищенным слоям населения.

Перед любым обществом стоит вопрос о необходимости минимизации издержек и потерь, которые несет страна из-за проблем, связанных с социализацией молодых людей и интеграцией их в единое экономическое, политическое и социокультурное пространство [1].

В комплексе можно выделить преимущества и недостатки в системе формирования занятости молодежи, что представлено соответствии с рисунком 1.

На рынке труда молодежи, в условиях современной рыночной экономики и с учетом мировых трендов инноваций и научно-технического прогресса, современным инструментом решения проблем безработицы могут рассматриваться организационно-экономические механизмы молодежного предпринимательства.

Молодежное предпринимательство – система комплекса мер профессионального и карьерного характера, направленных на развитие предпринимательского мышления, способностей к предпринимательской деятельности, реализацию потенциала молодежи, облегчение стартовых условий вхождения учащихся колледжей, вузов в рыночные отношения [2].

Основными целями и задачами молодежного предпринимательства являются:

- популяризация предпринимательской деятельности среди молодежи, формирование предпринимательской среды;
- системное вовлечение способных молодых людей в предпринимательскую деятельность;
- отбор перспективных предпринимательских идей;



Рисунок 1 – Преимущества и недостатки в системе формирования занятости молодежи

- профильное обучение, приобретение молодыми людьми навыков ведения бизнеса;
- поддержка начинающих молодых предпринимателей, в том числе освещение в средствах массовой информации историй успеха, как ключевого показателя эффективности деятельности по развитию молодежного предпринимательства;
- развитие инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства, в том числе при вузах и научно-исследовательских институтах;
- создание системы информационной поддержки молодежного предпринимательства, создание коммуникационных, консультационных площадок для успешных молодых предпринимателей [3].

Интенсификация молодежного предпринимательства подразумевает создание и развитие соответствующих организационно-экономических механизмов.

Организационно-экономический механизм развития и поддержки молодежного предпринимательства – это интеграционная система, состоящая из слаженно взаимодействующих элементов, которые прямо и косвенно создают условия для развития предпринимательской деятельности среди молодежи. Организационно-экономические механизмы подразумевают наличие систематизированных организационных и экономических основ.

Лидирующим предметом деятельности молодежного предпринимательства выступают – стартапы.

Стартап – термин, который используется для обозначения бизнес-проектов или предприятий, компаний с короткой историей операционной деятельности [4].

Универсального подхода к описанию развития стартапов не существует. Различные модели разделяют этапы роста на основе принимаемых основателями решений, целей, к которым стремится компания, или привлечению внешнего финансирования. В комплексе модель становления и развития стартапа может быть сгруппирована по четырем составляющим, содержание которых представлено в соответствии с рисунком 2.



Рисунок 2 – Модель становления и развития стартапа

История формирования занятости молодежи на принципах предпринимательства впервые появилась в США и является синтезом традиций, накопленных за долгие годы развития этой страны, и новейших тенденций в науке и образовании. Центры подготовки молодых кадров – университеты превратились в мощные образовательные, исследовательские и научно-производственные комплексы, тесно связанные с бизнесом, индустрией и новыми системами управления.

В мировой практике молодежное предпринимательство основывается на принципах функционирования предпринимательских университетов.

Понятие «предпринимательский университет» впервые получило широкое распространение во множестве научных работ, опубликованных с середины 1990 годов. Тем не менее четкое определение понятия предпринимательский университет на современном этапе отсутствует [5, 6].

Предпринимательскому университету характерны следующие черты:

- университет демонстрирует предпринимательское поведение как организация;
- члены университета – преподаватели, студенты, сотрудники являются предпринимателями;
- взаимодействие между университетом и окружающей средой приводит к «структурному сопряжению» университета и региона.

Основным признаком предпринимательского университета является профессиональное решение вопросов коммерциализации генерации и распространения знаний.

Проектирование предпринимательства в деятельности университетов можно схематически представить в виде матрицы, в соответствии с таблицей 1.

Современная теория располагает широким инструментарием создания молодежных малых, средних и крупных предприятий.

Для молодежного предпринимательства в экономической теории существуют необходимые организационно-правовые и экономические основы. С теоретическо-методологической точки зрения точкой отсчета развития молодежного предпринимательства является формирование интеллектуального потенциала молодежи в системе вузовской науки с дальнейшим переходом на этап инкубации и финансирования стартап-проектов.

В целях обеспечения занятости молодежи в Республике Казахстан, существует определенный опыт функционирования республиканских молодежных объединений, ассоциаций, направленных на развитие молодежного предпринимательства. Часть предпринимательских молодежных объединений функционирует при поддержке международной организации «Enactus».

Таблица 1 – Матрица предпринимательской деятельности университета

Преодоление ресурсных ограничений	Преодоление дефицита человеческих ресурсов	Преодоление дефицита финансовых ресурсов	Преодоление дефицита информационных ресурсов
Предпринимательская деятельность			
Преодоление ограничений в сфере генерации знаний	Практически ориентированные исследователи. Результат важнее формы и стандарта.	Глубина решения адекватна финансовым ресурсам	Преодоление информационного дефицита за счет интуиции
Преодоление ограничений в сфере преподавания	От преподавания, ориентированного на стандарт к преподаванию, ориентированному на нестандартный результат	Объединение преподавания с решением прикладных задач. Более широкое использование наставничества со стороны компаний	От проблемы информационного обеспечения академической постановки задачи к умению решать исследовательские задачи на имеющемся информационном уровне
Преодоление ограничений в сфере внедрения знаний в практику	Изменение логики. Действующая логика: знания появились, нужно найти практическое применение. Новая логика: появляются только нужные кому-либо знания	От затрат на внедрение к финансовым результатам от использования знаний	Практическое использование создает новую информацию для новых исследовательских задач

Примечание – составлено по источникам [7, 8].

В целях обеспечения занятости молодежи в Республике Казахстан, существует определенный опыт функционирования республиканских молодежных объединений, ассоциаций, направленных на развитие молодежного предпринимательства. Часть предпринимательских молодежных объединений функционирует при поддержке международной организации «Ecnactus».

В Казахстане программа Ecnactus стартовала в 1998 году. В последние годы в ней участвуют 125 команд из 12 городов.

За последние годы в Ecnactus приняли участие свыше 80 000 студентов более 1700 университетов из 36 стран [9].

Также, в Республике Казахстан, имеет место система функционирования финансовых и специальных консалтинговых организаций, ориентированных на развитие молодежного предпринимательства. Наиболее четко, данная система представлена такими организационными элементами, как:

- фонд по развитию предпринимательства «DAMU»;
- консультационный центр по развитию молодежного предпринимательства «Байтерек».

В Республике Казахстан Фондом по развитию предпринимательства «DAMU» разработаны специальные программы по финансированию и поддержке молодежного предпринимательства:

- программ «Жас старт»;
- программа (проект) «Поддержка открытия нового бизнеса».

Программа «Жас старт» рассчитана на молодых, начинающих предпринимателей в возрасте от 18 до 29 лет и предусматривает:

- получение кредита в банке на открытие бизнеса по залог в 15 % от стоимости залогового имущества;
- предоставление гарантий Фонда «DAMU» по залоговому имуществу до 85 % [10].

Консультационный центр по развитию молодежного предпринимательства «Байтерек» на современном этапе предоставляет широкий спектр консалтинговых услуг в режиме «одного окна». Штат консультационного центра охватывает сотрудников сервисных компаний, работников Центра обслуживания населения, представителей банков и других организаций в сфере поддержки и развития предпринимательства.

Представительства Консультационного центра «Байтерек» открыты во всех регионах Республики Казахстан, в городах областного значения.

В целях интенсификации развития молодежного предпринимательства, повышения занятости молодежи, в Республике Казахстан, начиная с 2015 года был взят «вектор» на трансформацию существующих вузов в вузы (университеты) предпринимательского типа. При этом основные задачи сосредоточены на следующих аспектах:

- разработка студентами стартап-проектов, ориентированных на малый и средний бизнес;
- организация в системе вузов малых опытных производств, включая инновационные производства;
- повышение уровня интеграции в системе «образование – наука – производство»;
- организация функционирования при каждом университете студенческого бизнес-инкубатора (стартап-академии);
- существующий и перспективный рост доходов обучающихся на рынке труда.

На современном этапе, в качестве университетов предпринимательского типа в Республике Казахстан позиционируют себя:

- Казахский национальный университет имени аль-Фараби;

- Университет НАРХОЗ;
- Университет международного бизнеса;
- Международная академия бизнеса;
- Университет «КИМЭП»;
- Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова;
- Карагандинский технический университет и другие.

Для перехода к университетам предпринимательского типа, вузами разработаны соответствующие программы, включая специальные обучающие курсы по активизации молодежного предпринимательства.

Перспективы реализации программ развития молодежного предпринимательства должны учитывать современные проблемы в данной сфере, которые представлены в соответствии с рисунком 3.



Рисунок 3 – Проблемы вовлечения молодежи в бизнес-предпринимательство в Республике Казахстан

ВЫВОДЫ

Молодежное бизнес-предпринимательство на современном этапе должно выступить не просто инструментом укрепления и развития бизнес-сектора экономики, но и главным локомотивом индустриально-инновационного развития малоэффективных и неразвитых отраслей экономики страны, таких как:

- легкая промышленность, в том числе производство товаров народного потребления;
- строительная индустрия (производство инновационных строительных материалов);

- машиностроительная отрасль (станкостроение, приборостроение, инструментальные производства);
- перерабатывающая промышленность в системе АПК;
- туристская отрасль.

На общегосударственном уровне совершенствование трудоустройства молодежи и активизация молодежного предпринимательства, может быть реализовано, в соответствии с рисунком 4, по двум направлениям.



Рисунок 4 – Основные стратегические направления совершенствования трудоустройства молодежи и активизации молодежного предпринимательства

Главным ориентиром активизации молодежного предпринимательства, по нашему мнению, должна стать кардинальная модернизация системы выделения грантов на получение высшего и послевузовского образования.

С точки зрения государственных интересов, система выделения грантов на получение высшего и послевузовского образования должна давать определенные гарантии в том, что выпускник, окончив вуз будет с высокой долей вероятностью обеспечен рабочим местом в системе функционирования регионального рынка труда. Для этого должны быть разработаны дополнительные организационно-экономические механизмы. В качестве данных механизмов для перспективных высоких гарантий трудоустройства выпускников вузов могут быть применимы следующие:

- разработка специальной Государственной программы «Дорожная карта молодежного бизнес-предпринимательства»;
- заключение дополнительных соглашений по участию в «Дорожная карта молодежного бизнес-предпринимательства»;
- заключение дополнительных соглашений, ориентированных на потенциальную возможность создания выпускниками вузов собственных малых предприятий.

Государственные образовательные гранты, выделяемые для получения бесплатного высшего образования, должны быть в первую очередь ориентированы быть на то, что выпускники вузов должны занимать не пассивную позицию в процессе трудоустройства, а быть мультипликатором малых, средних и крупных бизнес-инициатив, вносить прямой вклад в развитие приоритетных отраслей экономики как на региональном, так и на республиканском уровне.

С данной точки зрения, для повышения эффективности государственных грантов в системе образования, в дополнении к ним может быть разработана Государственная программа «Дорожная карта молодежного бизнес-предпринимательства». Данная программа на различных этапах ее реализации должна предусматривать:

- активное участие выпускников вуза в разработке предпринимательских идей, бизнес-планов, ориентированных на создание новых малых производств;
- активное включение молодых специалистов в процессы индустриально-инновационного развития регионов страны (реализация бизнес инициатив, в рамках функционирования и развития специальных экономических зон);
- льготное финансирование (кредитование) молодежных бизнес-идей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 **Мельник, А. Ю.** Профессиональная и социальная адаптация молодежи в условиях современного рынка труда // Автореферат дис. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. – М., 2012.
- 2 **Власов, Г. Ю.** Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Предпринимательство. – 2011. – № 10 Вып. 2 (194). – С. 11–16.
- 3 Молодежное предпринимательство [Электронный ресурс]. – <http://centrprof.dtoiv.mos.ru/archive/projects/youth-entrepreneurship/>
- 4 The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. – М., 2014. – 256 с.
- 5 **Андрюшкевич, А., Денисова, И. М.** Опыт формирования предпринимательских университетов в контексте модели «тройной спирали». [Электронный ресурс]. – http://kapital-rus.ru/articles/article/opyt_formirovaniya_predprinimatelskih_universitetov_v_kontekste_modeli_troj/
- 6 **Бедный, А. Б. Колесников, Д. С. Куфтырев, И. Г.** Организация инновационной деятельности в университетах США // Сборник учебно-методических материалов. – Нижний Новгород, 2011.

7 **Константинов, Г. Н., Филонович, С. Р.** Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – №1. – 2007.

8 **Cherwitz, A. R.** Creating a Culture of Intellectual Entrepreneurship. Academe 91. – July/August 2005. – Vol. 5.

9 Программа «Enactus» в Казахстане [Электронный ресурс]. – <http://www.enactus.kz>

10 Школа молодого предпринимателя [Электронный ресурс]. – <http://www.damu.kz/14651>

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

А. А. Өрсариев

Стартап-жобаларды іске асыру және кәсіпкерлік типтегі университеттерді құру қағидаттарында Қазақстан Республикасында жаппай жастар кәсіпкерлігін дамытуды қарқынды

Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі,
Астана қ., 010000, Қазақстан Республикасы.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

А. А. Orsariyev

Intensification of mass youth entrepreneurship development in the Republic of Kazakhstan on the principles of startup projects implementation and establishment of entrepreneurial-type universities

Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan,
Astana, 010000, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Мақала стартап-жобаларды жүзеге асыру және кәсіпкерлік типтегі университеттерді құру қағидаттарында Қазақстан Республикасындағы жаппай жастар кәсіпкерлігін қарқынды мүмкіндіктері мен заманауи проблемаларына арналған. Қазіргі кезеңде жастар кәсіпкерлігін дамыту жүйелі проблемалар кешенімен ұштасқан. Бұл мәселелерді шешу қажеттілігі ғылыми мақаланың өзектілігі мен тақырыбын анықтады. Негізгі ғылыми нәтижелер мен қорытындылар жастар кәсіпкерлігін дамытудың авторлық экономикалық модельдерін жасауға бағытталған.

The article is devoted to contemporary problems and opportunities for the intensification of mass youth entrepreneurship development in the Republic of Kazakhstan on the principles of implementing start-up projects

and establishing entrepreneurial-type universities. At the present stage, the development of youth entrepreneurship is hindered by a set of systemic problems. The need to solve these problems determined the relevance and scope of the present article. The main scientific results and conclusions are focused on the economic models of youth entrepreneurship development proposed by the author.

ГРНТИ 06.56.21

А. Х. Амерханова¹, И. А. Калиев², Г. Д. Баяндина³

¹магистрант, Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.п.н., профессор, Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³доктор PhD, ассоц. профессор, Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: ¹aiga1980@mail.ru; ²kaliev7719@mail.ru; ³bayandinagd@mail.ru

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием молодежного предпринимательства, проблемы и перспективы в Республике Казахстан. Проводится анализ развития молодежного предпринимательства на современном этапе, который должен способствовать не только повышению трудоустройства среди населения и подготовке квалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационный путь развития.

Ключевые слова: предпринимательство, молодежь, бизнес.

ВВЕДЕНИЕ

Молодежный бизнес играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров. Расширение возможностей и усиление влияния молодежного предпринимательства обуславливает необходимость использования его потенциала. Молодежный бизнес является существенным сегментом малого предпринимательства.

Таким образом, на сегодняшний день молодежное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в Казахстане. Создание благоприятных условий, стимулирующих молодежь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня.

«Комплексная поддержка молодежи и института семьи должна стать приоритетом государственной политики. Необходимо создать широкую платформу социальных лифтов, которая будет включать полный комплекс мер поддержки всех категорий молодежи. Предлагаю объявить следующий год Годом молодежи» – Нурсултан НАЗАРБАЕВ, Из Послания Президента РК народу Казахстана от 05.10.2018 г.

Указом Главы государства от 14 ноября 2018 года нынешний год был объявлен в Казахстане Годом молодежи. Это говорит о том, что молодежная политика находится в приоритетной зоне государственного внимания. Уже разработан проект Дорожной карты по реализации государственной молодежной политики, ориентированной на несколько ключевых задач. В их числе образование, занятость, здоровье, доступное жилье, развитие предпринимательской деятельности и повышение финансовой грамотности, правовая культура и многое другое

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Как показывает международный опыт, правильно построенная, целенаправленная поддержка молодежного предпринимательства обеспечивает развитие регионального МСП в целом, что, в свою очередь, приводит к экономическому росту и повышению инвестиционной привлекательности всей страны.

Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе должно способствовать не только повышению трудоустройства среди населения и подготовке квалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационный путь развития.

Согласно статистике, примерно 300 млн. молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет во всем мире либо не имеют постоянного места работы, либо вообще являются безработными. Около 20 % из них обладают отличными способностями для начала собственного бизнеса и, в силу различных причин, только 5 % решается на это.

Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности региона.

Совет по развитию молодежного предпринимательства – консультативно-совещательный орган НПП РК «Атамекен» – создан для разработки, экспертной оценки и продвижения комплекса мер, необходимых для развития данной сферы в Казахстане и координации взаимодействия государственных и общественных структур.

Основными задачами Совета являются: разработка современных механизмов эффективной поддержки и развития молодежного предпринимательства, обобщение состояния дел в сфере молодежного предпринимательства, выявление и определение способов устранения причин, препятствующих его развитию, анализ действующей нормативной правовой базы в сфере молодежной политики, механизмов взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности с учетом особенностей среды, проведение социологических исследований, формирование и реализации программ и планов государственной поддержки и участие в подготовке и опубликовании ежегодного Национального доклада о состоянии предпринимательской активности в Казахстане, вносимого на рассмотрение Президента РК.

Выделение молодежного предпринимательства в качестве особого сегмента предпринимательства происходит потому, что в отличие от других видов предпринимательства оно имеет свои специфические признаки, сильные и слабые стороны.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства

Сильные стороны молодёжного предпринимательства	Слабые стороны молодёжного предпринимательства
<ul style="list-style-type: none"> – Высокая инновационная активность, инновационность мышления; – Высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции по освоению новых рынков; – Высокий уровень возможностей систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с меняющимися требованиями производства и рынка; – Потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на её стартовом этапе; – Предрасположенность молодёжи к риску. 	<ul style="list-style-type: none"> – Незначительный социальный опыт; – Отсутствие деловой репутации; – Слабые практические навыки применения экономических законов и механизмов; – Проблема формирования стартового капитала; – Недостаток личных контактов в сфере бизнеса и во властно-управленческих структурах; – Незащищённость от воздействия бюрократических структур; – Наиболее активный соблазн «теневое» предпринимательства и незащищённость от воздействия криминальных структур.

Данные признаки, выделяя молодежное предпринимательство в особую категорию, определяют основные задачи по его поддержке: развитие сильных и преодоление слабых сторон.

На сегодняшний день нерешенным остается целый ряд специфических проблем, влияющих на готовность молодых людей создавать самостоятельные бизнес-проекты. К ним следует отнести:

– Социальные настроения. Слабо выраженным в молодежной среде остается предпринимательский дух, предполагающий готовность идти на риск, создавать новое. Молодежь сегодня охотнее отдает предпочтение перспективам самореализации в сфере крупного бизнеса или государственной службы;

– Восприятие предпринимателей массовым сознанием. Предприниматели как социальная группа не входят в число ведущих профессиональных предпочтений молодых людей. В молодежной среде предпринимательская деятельность воспринимается в контексте скорее преодоления трудностей, чем достижения успеха;

– Содержание образования. В традиционных учебных заведениях даются необходимые экономические знания, но не формируются стимулы и поведенческие компетенции, необходимые для успешной предпринимательской деятельности;

– Стартовые условия. Меры, предпринимаемые в направлении поддержки малого бизнеса для молодежи как социальной группы, пока не дают видимого результата. Административные, правовые и финансовые барьеры, препятствующие свободному выходу на рынок, по-прежнему труднопреодолимы;

– Неинформированность молодежи об организациях, осуществляющих государственную поддержку малого предпринимательства.

Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности региона.

Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной

образованностью молодых людей. Сюда относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала в руках молодых людей, ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей ввиду непродолжительности своей деятельности и недостаточности опыта. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем государственной поддержки молодежного предпринимательства. Ввиду неинформированности молодых людей о существующих методах поддержки молодежного предпринимательства существует необходимость в проведении различных акций, конкурсов, создании информационных баз в учебных заведениях. Все эти меры будут способствовать тому, что молодые люди перестанут воспринимать предпринимательство, бизнес как недоступную им сферу деятельности.

Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет, по состоянию на 01.07.2018 г. составило 124 027 человек.

По данным Комитета по статистике, в 2018 году (по состоянию на 01.07.2018 г.) число зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет, увеличилось на 3 960 ИП, по сравнению с аналогичным периодом 2017 года.

Национальная палата предпринимателей Казахстана «Атамекен» в целях развития предпринимательства реализует и участвует в проектах по обучению предпринимательству.

Проект по обучению основам предпринимательства «Бастау Бизнес» в рамках Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017–2021 годы был реализован в 14 областях, в 80 районах, в течение 2017 года с апреля по ноябрь (6 потоков). В течение 2017 года было обучено 15 000 человек. Из общего числа обучившихся в 2017 году активно вовлечены в проект «Бастау Бизнес» представители молодежи. 30,7 % – представители возрастной категории от 17 до 29 лет. 22 % (713 человек) из числа открывших бизнес – относятся к категории молодежи (от 17 до 29 лет).

За первое полугодие 2018 года реализовано 2 потока обучения, обучено 12 645 человек, из которых 24,8 % (3 134 человек) – молодежь.

В рамках четвертого направления единой Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» – «Нефинансовые меры поддержки» реализуется компонент «Бизнес-школа».

По компоненту «Бизнес-школа» за 2017 год проведено обучение:

– по проекту «Бизнес-Советник» 19 076 человек. Из них в возрасте от 18 до 29 лет – 4 962;

– по проекту «Бизнес-Рост» 19 076 человек, из них в возрасте от 18 до 29 лет – 421;

– по «Проектному обучению с применением принципов наставничества» 1 100 человек, из них в возрасте от 18 до 29 лет – 249.

По проекту «Школа молодого предпринимателя» – обучено 1 035 слушателей.

По компоненту «Бизнес-школа» за первое полугодие 2018 года проведено обучение:

– по проекту «Бизнес-Советник» 10 541 человек. Из них в возрасте от 18 до 29 лет – 2 708;

– по проекту «Бизнес-Рост» 1 161 человек, из них в возрасте от 18 до 29 лет – 211;

– по «Проектному обучению с применением принципов наставничества» 224 человек, из них в возрасте от 18 до 29 лет – 58.

Создание благоприятных условий, стимулирующих молодежь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня.



Рисунок 1 – Программы поддержки молодежного предпринимательства

К тому же, совсем недавно был создан и презентован Советом по молодежной политике при Президенте РК Фонд молодежных инициатив, в направления деятельности которого входит и поддержка молодежного предпринимательства.

ВЫВОДЫ

Международная практика показывает, что государственная системная поддержка развития молодежного предпринимательства дает шанс

талантливым инициативным молодым людям, имеющим потенциал и перспективные бизнес-идеи, стать предпринимателями и позволит обеспечить развитие предпринимательства в стране, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению занятости, инвестиционной привлекательности и социальной стабильности общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» 10 января 2018 г.

2 Назарбаев, Н. А. Эра независимости. – Астана, 2017. – 508 с.

3 Повышение конкурентоспособности человеческого капитала в РК. – Алматы : МОиН РК, Инс.Эк. 2010 г. – 4 с.

4 Медельханова, М. К. Человеческий капитал в условиях обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. – Алматы, 2012 г. 17 с.

5 Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

А. Х. Амерханова¹, И. А. Калиев², Г. Д. Байандина³

Қазіргі жағдайда жас кәсіпкерліктің дамуы: мәселелер мен перспективасы

^{1,2,3}Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

A. H. Amerkhanova¹, I. A. Kaliev², G. D. Bayandina³

Development of youth entrepreneurship in modern conditions: problems and prospects

^{1,2,3}Faculty of Public Administration, Business and Law, S. Toraihyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Бұл мақалада автор Қазақстан Республикасында жас кәсіпкерліктің дамуының сұрақтары ашылған. Қазіргі кезеңде жастар кәсіпкерлігін дамытуға талдауы жасалады, бұл тек халықты

жұмыспен қамтуды және білікті мамандарды даярлауды ғана емес, сондай-ақ елдің инновациялық даму жолына көшуіне де ықпал етеді.

The article discusses issues related to the development of youth entrepreneurship, problems and prospects in the Republic of Kazakhstan. The analysis of the development of youth entrepreneurship at the present stage, which should contribute not only to increase employment among the population and the training of qualified personnel, but also the country's early transition to an innovative development path.

ГРНТИ 06.81.12

**К. Ш. Арынгазин¹, П. О. Быков², А. К. Алдунгарова³,
А. К. Тлеулесов⁴, А. В. Богомоллов⁵**

¹к.т.н., профессор, директор ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ», г. Павлодар, 140011, Республика Казахстан;

²к.т.н., ассоц. профессор, (доцент), проректор по академической работе, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³доктор PhD, ст. науч. сотрудник, ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ», г. Павлодар, 140011, Республика Казахстан;

⁴магистр, инженер-технолог, ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ», г. Павлодар, 140011, Республика Казахстан;

⁵к.т.н., ст. науч. сотрудник, ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ», г. Павлодар, 140011, Республика Казахстан

e-mail: ¹kapar47@mail.ru; ²bykov_petr@mail.ru;

³liya_1479@mail.ru; ⁴askaralek66@mail.ru; ⁵bogomolov71@mail.ru

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ТОО «ЭКОСТРОЙНИИ-ПВ»

В статье рассмотрен опыт коммерциализации научных исследований коллектива ученых ПГУ имени С. Торайгырова и ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ». Основная деятельность данного инновационного предприятия заключается в утилизации техногенных отходов энергетики и металлургии Павлодарской области Республики Казахстан, путем использования их в изготовлении строительных материалов. Предлагаемая технология производства строительных изделий с использованием золошлаковых отходов предусматривает инновационные составы сырьевых смесей, что обеспечивает повышение эксплуатационных характеристик и увеличение производительности труда в строительстве. Применяемая технология по сравнению с существующими аналогами имеет основное преимущество в том, что она предусматривает использование именно местных отходов (золошлаковые отходы от сжигания Экибастузского угля, бокситовый шлам Павлодарского алюминиевого завода и т.п.), которые отличаются по химическому и гранулометрическому составу, а также связующим свойствам от других аналогов и прототипов.

Ключевые слова: коммерциализация, отходы производства, шлак, шлам, строительные материалы, золоотвалы, сырьевая смесь.

ВВЕДЕНИЕ

Одной из важных проблем современной науки является коммерциализация научных исследований. Именно благодаря этому удается существенно сократить время внедрения в производство наиболее передовых разработок отечественных ученых [1, 2]. Поиск финансирования для реализации проектов существенно облегчается в случае получения международных грантов.

Для развития базы знаний для инноваций в нашей стране реализуется Программа грантов Всемирного Банка и Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для Групп старших научных сотрудников на коммерциализацию технологий «Стимулирование продуктивных инноваций» [3].

Целью Грантовой Программы является поддержка казахстанских ученых для коммерциализации перспективных результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, проводимых группой независимых ученых или группами в научно-исследовательских институтах, университетах и других учреждениях, осуществляющих научную и научно-техническую деятельность в Республике Казахстан. Программа направлена на стимулирование научных разработок отечественных ученых по приоритетным направлениям Государственной программы индустриально-инновационного развития на 2015–2019 годы.

Основной задачей Программы грантов является поддержка коммерциализации технологических инноваций. Коммерциализация результатов научной и научно-технической деятельности – это деятельность, связанная с практическим применением НИОКР, включая результаты интеллектуальной собственности, с целью вывода на рынок новых или усовершенствованных товаров, процессов и услуг, направленная на извлечение дохода.

К подаче заявок допускались только группы ученых, имеющих инновационные технологии на завершающей стадии разработки с высоким коммерческим потенциалом. Приоритетом считалась готовность технологии к выходу на рынок, наличие бизнес партнёра (инвестора) и заказчика технологии. Международное сотрудничество является важным фактором для повышения качества и актуальности НИОКР в Казахстане, поэтому поощряется привлечение к участию в проекте зарубежных ученых, в том числе в качестве научных консультантов. Отбор проводился в два этапа Международным Советом по науке и коммерциализации. Период реализации коммерциализации технологий по данным Грантовым программам не должен

превышать трех лет. Группы укомплектованы штатом в количестве не более 7 человек, не менее 50 % состава которого должны быть гражданами Республики Казахстан, включая руководителя подпроекта. Главной целью проекта является выведение компании на самообеспечение посредством продаж, инвестиций из частного сектора и/или заключения лицензионных соглашений к концу третьего года.

В 2017 году коллектив ученых ПГУ имени С. Торайгырова кафедр «Профессиональное обучение и безопасность жизнедеятельности» и «Металлургия» под руководством к.т.н., профессора Арынгазина К. Ш. выиграла данный грант на реализацию подпроекта № APP-SSG-17/0290P «Инновационные технологии использования твердых техногенных отходов предприятий теплоэнергетики и металлургии Павлодарской области в производстве строительных материалов» в рамках которого авторами проекта создано ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Согласно Государственной программе индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015–2019 годы одним из 14 приоритетных секторов обрабатывающей промышленности является производство строительных материалов, конструкций и изделий. Для развития данного производства требуется большое количество природного минерального сырья и нерудных полезных ископаемых. Вместе с тем в Республике Казахстан ежегодный выход золы и золошлаковых смесей при сжигании углей составляет около 20 млн. тонн, а в золоотвалах к настоящему времени накоплено более 400 млн. тонн отходов, что представляет серьезную экологическую проблему для жителей регионов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Золоотвалы от сжигания угля на тепловых электростанциях, Павлодарская область

Под золотвалами крупнейших тепловых электростанций находятся тысячи гектаров земли, выведенной из сельскохозяйственного применения [4–6]. Предприятия энергетики несут значительные финансовые расходы на содержание золоотвалов, оплату земли, экологические платежи.

Анализ научно-технической литературы выявил широкий спектр возможного применения топливных золошлаковых отходов, в первую очередь, в производстве строительных материалов и изделий: в качестве сырьевого компонента для производства портландцементного клинкера; как минеральная добавка к цементу; самостоятельное вяжущее для бетонов и растворов нормального и автоклавного твердения; как наполнитель бетонных смесей и др. [2, 6].

Объемы строительства в Республике Казахстан с каждым годом возрастают, но сохраняется тенденция роста цен на строительные материалы, а утилизация и использование золошлаковых отходов электростанций в республике не превышает 1 %, тогда как в Европе этот показатель в среднем составляет 60 %. В настоящее время доля использования золошлаковых отходов тепловых электрических станций России не превышает 8-10 %. Западные страны, где очень развит промышленный симбиоз, используют около 70 % образующихся золошлаковых отходов. В Польше для стимулирования переработки золошлаковых отходов была резко повышена цена на землю под золоотвалы, и поэтому тепловые электростанции доплачивают потребителям золы для снижения затрат на хранение. В Великобритании и Германии действуют специализированные организации по сбыту золы и шлаков.

До настоящего времени вопросы переработки отходов производственной деятельности тепловых электростанций и металлургических отходов в Казахстане решались недостаточно активно. Отчасти это было обусловлено приоритетным развитием сырьевого производства. В то же время, возникла острая необходимость в переработке золошлаковых отходов тепловых электростанций и металлургических отходов. Этот факт обусловлен возросшими экологическими требованиями, международными обязательствами государства, прогнозируемым увеличением доли выработки электроэнергии тепловых электростанций, работающих на угле и доли металлургического производства.

В связи с этим группой ученых Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова под руководством профессора Арынгазина К. Ш. были предложены инновационные решения в области переработки золошлаковых отходов тепловых электростанций и отходов металлургии Павлодарской области. Положительным примером для нашего региона в данной ситуации является запуск производства

ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ». Были проведены открытые публичные общественные слушания, проведены необходимые экологические и архитектурно-строительные экспертизы. В Республике Казахстан в настоящее время сохраняется тенденция роста строительной отрасли, что обеспечивает большой спрос на строительные материалы, при этом при их производстве практически не используются в промышленных масштабах отходы энергетических и металлургических компаний.

За первый год реализации подпроекта ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ» удалось решить следующие задачи:

- Проведение маркетинговых исследований для определения потенциальных объемов производства строительных материалов.
- Анализ химического и гранулометрического состава золошлаковых отходов.
- Разработка рецептур изготовления строительных материалов на основе золошлаковых и металлургических отходов.
- Изготовление и испытание полученных строительных материалов.

Совместно с официальными дилерами и производителями был определен оптимальный состав современного комплекса технологической линии, выполнена поставка и монтаж оборудования. Технологическая линия для производства строительных материалов, действующая на производственной базе ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ», представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Общий вид технологической линии ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ»

По данным аналитических обзоров, производство строительных материалов в Казахстане выросло в 1,8 раз за последние шесть лет. При этом валовая добавленная стоимость в производстве неметаллической минеральной продукции (в строительных материалах) выросла в 2012 году к 2008 году на 30,6 % [7].

Строительные материалы производят более 1,4 тыс. предприятий во всех регионах страны, из которых 85 % – малые. Отрасль обеспечивает работой более 40 тыс. человек. Большая часть компаний сконцентрирована в центральных, южных и западных регионах Республики Казахстан.

В развитых странах промышленность производства строительных материалов характеризуется высоким уровнем инновационности. До 2 % от оборота компании тратят на научно-исследовательские работы. Это позволяет им разрабатывать новые проекты, новые решения и материалы. В Казахстане, так же, как и во всех странах СНГ большинство нормативных документов (Строительные нормы РК и Своды правил РК) основываются на прежних нормах, избыточных по сравнению с европейскими или американскими кодами строительства. В последние несколько лет с возведением в Казахстане современных зданий возникли новые производства с применением инновационных решений и материалов. Это и должно стать драйвером для роста спроса на новые материалы для строительства.

Основными барьерами в отрасли являются высокий износ оборудования, высокая энергоемкость производства и низкая производительность труда. Так, износ основных средств в производстве строительных материалов в Казахстане находится на уровне 32–40 % в зависимости от вида производства.

Развитию промышленности стройматериалов препятствуют высокая изношенность основных фондов, недостаток собственных финансовых средств на модернизацию и техническое перевооружение, отсутствие действенной связи науки с производством. Все это вынуждает Казахстан закупать кирпич и другие стройматериалы за рубежом, что сказывается на росте стоимости квадратного метра жилья.

Средний уровень загрузки мощностей в секторе пока остается невысоким – примерно 40 %. В производстве цемента этот показатель находится на уровне 60 %, в производстве кирпича – не превышает 20 %.

Экспорт казахстанских строительных материалов составляет около \$ 120 млн. Это в 10-15 раз меньше объемов импорта. Основные экспортные направления казахстанских строительных материалов: Россия – 45 %, Кыргызстан – 17 %, Таджикистан – 21 %, Туркменистан – 9 % [8].

За 2017 год рынок производства строительных материалов в Павлодарской области вырос на 11 %. Предположительно положительная динамика на рынке сохранится в ближайшие годы. Это связано с расширением строительства микрорайона «Сары-арка» в г. Павлодаре, завершением строительства автобана «Астана-Павлодар», общей тенденцией строительства объектов социально-культурного назначения и расширением объемов промышленного и гражданского строительства в Республике Казахстан.

Проведенный анализ показывает, что рынок достаточно большой для того, чтобы компания ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ» чувствовала себя уверенно при работе на нем. Географический сегмент рынка: г. Павлодар и Павлодарская область. Потребительский сегмент рынка: малый и средний бизнес, аутсорсинговые компании, специализирующиеся на проведении строительных и ремонтно-строительных работ, строительстве дорог, благоустройстве территории и ландшафтном дизайне, а также физические лица, занимающиеся индивидуальным строительством.

Общий доступный рынок строительных материалов Павлодарской области не менее 50 млрд. тенге в год, хотя в летние месяцы производится существенно больше строительных работ и потребляется строительных материалов (в два-девять раз от зимних месяцев). Из этой суммы 25–30 % составляют прямые затраты на строительные материалы из сырьевых смесей.

За первый год реализации подпроекта фактически освоено опытно-промышленное производства строительных материалов с использованием золошлаковых и металлургических отходов, сертификация продукции запланирована на 2019 год.

Полученная опытная партия изделия «Камень стеновой пустотелый» (рисунок 3) была использована для строительства тамбура (пристройка к производственному цеху). Таким образом, были проведены натурные испытания продукции в зимних условиях.

Запланировано также создание базы данных по золошлаковым и металлургическим отходам, разработка методики автоматизированного расчета оптимальных параметров технологических линий производства и оптимизация рецептур состава бетона. Ранее нами были изготовлены и испытаны лабораторные образцы строительных материалов и изделий с использованием до 30 % ЗШО и бокситового шлама, отвечающие строительным нормам (имеются акты испытаний) [9–12].



Рисунок 3 – Полученная опытная партия изделия «Камень стеновой пустотелый»

В лабораторных условиях была изготовлена опытная партия различных видов строительных изделий: тротуарной плитки и бордюрного камня, камня стенового пустотелого. Как известно, основными техническими характеристиками для строительных изделий является механическая прочность (ГОСТ 10180-2012 Бетоны. Методы определения прочности по контрольным образцам), морозостойкость (ГОСТ 10060-2012 Бетоны. Методы определения морозостойкости), для тротуарной плитки устойчивость на истирание (ГОСТ 13087-81 Бетоны. Методы определения истираемости), плотность (ГОСТ 12730.1-78 Бетоны. Метод определения плотности), водопоглощение (ГОСТ 12730.3-78 Бетоны. Метод определения водопоглощения). По данным показателям наша продукция не уступает и даже превосходит продукцию конкурентов. Например, у тротуарной плитки прочность 40 МПа, морозостойкость 300 циклов, водопоглощение 3,5 %, истираемость 0,4 г/см², плотность 2,3 т/м³. Использование техногенных отходов вместо песка в качестве наполнителя удешевляет себестоимость продукции.

Проведены натурные испытания тротуарного камня. В частности, опытной партией тротуарной плитки с использованием золошлаковых отходов выложен реальный тротуар площадью 12 м² на территории Инновационного центра Новосибирского государственного технического университета. Эксплуатация тротуарной плитки в течении 4-х лет показала, что трещин, сколов и истирания не наблюдается, что указывает на высокое качество строительных материалов с использованием золошлаковых отходов.

ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ» совместно с кафедрой инженерных проблем экологии Новосибирского государственного технического университета была разработана новая технология изготовления тяжёлых бетонов с использованием золошлаковых отходов тепловых электростанций и отходов металлургического производства Павлодарской области РК. Эти бетоны планируется использовать для изготовления материалов и строительных изделий высокого качества с низкой себестоимостью (камень пустотелый, тротуарная плитка, бордюрный камень). В состав изделия входят золошлаковые отходы в количестве до 40 %.

Технологический процесс изготовления изделий в общем виде традиционный и состоит из подготовки сырьевой массы, формования изделий, выдерживания полученного после формования изделия, складирования готовых изделий.

По данному направлению широко проводятся исследования учеными Российской Федерации. Научно-исследовательские работы, проведенные в России за последние 20 лет, показали, что зола и шлаки тепловых электрических станций являются ценным сырьем для ряда отраслей промышленности.

В России лидирующими группами в области исследований и разработок по темам, аналогичному данному Подпроекту, являются НГТУ, Сиборгэнергострой (г. Новосибирск), ОАО «Дальэнерго» (г. Владивосток), ООО «Центр энергоэффективности и ресурсосбережения», (г. Омск) [10].

Известные ранее разработки базировались на использовании золошлаковых отходов от сжигания углей Кузнецкого, Канско-Ачинского месторождений, Ангреновского угля. Использование металлургических отходов при производстве строительных материалов практически не исследовалось. Поэтому нами планируется системное рассмотрение данной проблемы. Кроме того, интеграция решаемых задач будет осуществляться на основе информационных технологий.

Научный эффект от комплексного использования золошлаковых отходов тепловых электростанций, бокситового шлама в производстве строительных материалов заключается в том, что изучение их физико-механических и химико-минералогических свойств вносят весомый вклад в развитие научных исследований в области производства строительных материалов и создают предпосылки для разработки новых технологий получения энергоэффективных материалов с заданными характеристиками.

Социальный эффект обусловлен созданием новых рабочих мест в индустрии производства строительных материалов и изделий из них; а также решением экологических проблем региона – утилизацией твёрдых техногенных отходов предприятий теплоэнергетики и металлургии Павлодарской области; улучшением качества жизни населения вследствие введения в эксплуатацию новых ранее не используемых строительных материалов, зданий и сооружений из них с высокими эксплуатационными характеристиками.

Таким образом, твёрдые техногенные отходы предприятий теплоэнергетики и металлургии Павлодарской области являются перспективным, практически неисчерпаемым, доступным, дешёвым и ранее неиспользуемым источником сырья для строительной индустрии. Их вовлечение в действующее производство позволит снизить себестоимость строительных материалов и изделий из них на 15–30 %, а внедрение в производство предлагаемых новых эффективных технологий позволит получить значительную экономию энергоресурсов и повысить качество производимых материалов и изделий из них.

ВЫВОДЫ

1 Деятельность ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ» является успешным примером коммерциализации научных исследований на основе грантового финансирования.

2 Разработанные рецептуры изготовления на основе золошлаковых и металлургических отходов строительные материалы и изделия, могут быть использованы научно-исследовательскими, проектными и другими организациями, занимающимися проектированием и изготовлением строительных материалов и оборудования для производства строительных материалов.

3 Внедрение предлагаемой технологии использования золошлаковых отходов тепловых электростанций Республики Казахстан в производстве строительных материалов позволит сократить импорт и увеличить экспорт строительных материалов, снизить себестоимость объектов строительства, улучшить экологическую обстановку регионов на всей территории Казахстана.

Настоящая публикация осуществлена в рамках Подпроекта № APP-SSG-17/0290P «Инновационные технологии использования твердых техногенных отходов предприятий теплоэнергетики и металлургии Павлодарской области в производстве строительных материалов», финансируемого в рамках Проекта «Стимулирование продуктивных инноваций», поддерживаемого Всемирным Банком и Правительством Республики Казахстан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Арынгазин, К. Ш., Ларичкин, В. В., Алдунгарова, А. К., Свицерский А. К., Быков П. О., Богомолов А. В., Тлеулесов, А. К., Маусымбаева Д. К.** Инновационное использование твёрдых техногенных отходов предприятий теплоэнергетики и металлургии Павлодарской области в производстве строительных материалов // Наука и техника Казахстана. – № 3–4. – 2016. – С. 34–39.

2 **Арынгазин, К. Ш., Тлеулесов, А. К., Ларичкин, В. В.** Перспективы использования золошлаковых отходов Павлодарской ТЭЦ-1 в производстве тяжелых бетонов // Труды XV Всероссийской научно-технической конференции «Наука. Промышленность. Оборона». – Новосибирск, 2014, 23–25 апреля. – С. 366–371.

3 <https://frip.kz/index.php/ru/>

4 **Арынгазин, К. Ш., Тлеулесов, А. К., Жакиянова, А. Х., Трушев, Ж. А., Токтарбеков, Е. Ч.** Перспективы комплексного использования твердых техногенных отходов предприятий Павлодарской области в производстве строительных материалов // Материалы Международной научной конференции молодых ученых, магистрантов, студентов и школьников «XV Сатпаевские чтения». – Павлодар : ПГУ им. С. Торайгырова, 2015. – С. 55–62.

5 **Арынгазин, К. Ш., Тлеулесов, А. К., Садвакасов, К. С., Ларичкин, В. В.** Ресурсо-энергосбережение и эколого-энергетическая безопасность на энергетических предприятиях Павлодарской области // Материалы Международной научной конференции молодых ученых, магистрантов, студентов и школьников «XV Сатпаевские чтения». – Т. 21. – Павлодар : ПГУ им. С. Торайгырова, 2015. – С. 313–319.

6 **Арынгазин, К. Ш., Кудерин, М. К., Саканов, К. Т., Станевич, В. Т., Булыга, Л. Л., Ларичкин, В. В., Тлеулесов, А. К., Садвакасов, К. С.** Использование твёрдых техногенных отходов предприятий теплоэнергетики павлодарской области в производстве строительных материалов // Материалы международной научно-практической конференции «VII Торайгыровские чтения». – Т. 3. – Павлодар, 2015. – 5 с.

7 <https://kapital.kz/expert/30816/eksport-kazahstanskih-stroitelnyh-materialov-sostavlyayet-okolo-120-mln.html> [Электронный ресурс].

8 https://kapital.kz/expert/Gulmira_Jusupova [Электронный ресурс].

9 **Турдыева, Б. Д., Токтарбеков, Е. Ч., Арингазин, К. Ш., Ларичкин, В. В., Алдунгарова, А. К., Тлеулесов, А. К.** Методика изготовления образцов бетонов с использованием отходов промышленности // Материалы международной конференции молодых ученых, магистрантов, студентов и школьников «XVI Сатпаевские чтения». – Т. 27. – Павлодар, 2016. – С. 200–207.

10 **Арынгазин, К. Ш., Алдунгарова, А. К., Тулабберген, К– Б., Токтарбеков, Е. Ч.** Исследование возможностей использования твердых техногенных отходов Павлодарской области в производстве строительных материалов // Материалы международной конференции молодых ученых, магистрантов, студентов и школьников «XVI Сатпаевские чтения». – Т. 27. – Павлодар, 2016. – С. 71–78.

11 **Арынгазин, К. Ш., Тлеулесов, А. К., Айтказина, С. М., Ларичкин, В. В.** Исследование свойств тяжелого бетона, содержащего золошлаковые отходы от сжигания Экибастузского каменного угля // Труды XVI Всероссийской научно-технической конференции «Наука. Промышленность. Оборона», посвященной 70-летию победы в великой отечественной войне. – Новосибирск, 2015, 22–24 апреля. – С. 772–776.

12 **Арынгазин, К. Ш., Алдунгарова, А. К., Тлеулесов, А. К., Быков П. О., Богомолов А. В., Ларичкин, В. В., Ахымбеков А. А.** Использование техногенных отходов в производстве строительных материалов // Всероссийский отраслевой журнал «Строительство : новые технологии – новое оборудование». № 12. – М. 2018, – С. 62–67.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Қ. Ш. Арынгазин¹, П. О. Быков², А. Қ. Алдунгарова³, А. Қ. Тлеулесов⁴,
А. В. Богомолов⁵

**«ЭкостройНИИ-ПВ» ЖШС мысалында ғылыми зерттеулерді
коммерцияландыру**

^{1,3,4,5}«ЭкостройНИИ-ПВ» ЖШС,
Павлодар қ., 140011, Қазақстан Республикасы;
²С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

K. Sh. Aryngazin¹, P. O. Bykov², A. K. Aldungarova³, A. K. Tleulesov⁴,
A. V. Bogomolov⁵

**Commercialization of scientific research, on the example of «EcostroyNII-
PV» LLP**

^{1,3,4,5}«EcostroyNII-PV» LLP,
Pavlodar, 140011, Republic of Kazakhstan;
²S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада С. Торайғыров атындағы ПМУ және «ЭкостройНИИ-ПВ» ЖШС ғалымдар ұжымымен ғылыми зерттеулерді коммерцияландыру тәжірибесі қарастырылған. Осы инновациялық кәсіпорынның негізгі қызметі Қазақстан Республикасы Павлодар облысының энергетика және металлургиясының техногендік қалдықтарын құрылыс материалдарын дайындауда пайдалану жолымен кәдеге жаратудан тұрады

Күл-қою қалдықтарын пайдалана отырып, құрылыс бұйымдарын өндірудің ұсынылып отырған технологиясы шикізат қоспаларының инновациялық құрамын қарастырады, бұл құрылыста пайдалану сипаттамаларын арттыруды және еңбек өнімділігін арттыруды қамтамасыз етеді

Бар аналогтармен салыстырғанда қолданылатын технология химиялық және гранулометриялық құрамы, сондай-ақ басқа аналогтар мен прототиптерден байланыстырушы қасиеттері бойынша ерекшеленетін жергілікті қалдықтарды (Екібастұз көмірін жасаудан болған күл-қою қалдықтары, Павлодар алюминий зауытының боксит иламы және т. б.) пайдалануды көздейді.

The article describes the experience of commercialization of scientific research by scientists of S. Toraighyrov PSU and LLP «EcostroyNII-PV». The main activity of this innovative enterprise consists in utilization of technogenic waste of power and metallurgy of the Pavlodar region of the Republic of Kazakhstan, by their use in production of construction materials. The proposed technology of production of construction products using ash and slag waste provides innovative compositions of raw mixtures, this provides improved performance and increased productivity in construction. The technology used in comparison with existing analogues has the main advantage. It involves the use of local waste (ash and slag waste from burning Ekibastuz coal, bauxite sludge of Pavlodar aluminum plant, etc.), they differ in chemical and granulometric composition, as well as binding properties from other analogues and prototypes.

С. С. Аубакирова¹, С. Қ. Мұхаметжан²

¹PhD доктор, қауымд. профессор, Гуманитарлық-педагогикалық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

²магистрант, Гуманитарлық-педагогикалық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

e-mail: ¹aubakur@mail.ru; ²saltoni_145@mail.ru

**РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ БАҒДАРЛАМАСЫ АЯСЫНДА
АЙМАҚТЫҢ МӘДЕНИ ТУРИЗМІН ЖАҢДАНДЫРУ
(KEREKU – TOUR START-UP ЖОБАСЫ НЕГІЗІНДЕ)**

Мақалада рухани жаңғыру заман талабы мен адамзат эволюциясының үзілмес келешегі екендігі қарастырылады. Жалпы Қазақстан аумағындағы ішкі мәдени-тарихи туризм бизнес саласы ретінде дамуы зор мүмкіндікке ие екені көрсетіледі. Аймақтың сакралды орындарын зерттеліп, оның құндылықтарын, дүниетанымдық, тәлімдік маңызын жүйеленеді. «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақала аясында өңіріміздегі сакралды орындардың инновациялық дамуына, оларды одан әрі дамыту және аймақтың экономикасының дамуына үлес қосып, табыс көзіне айналдыру жолдары ұсынылады.

Кілтті сөздер: рухани жаңғыру, мәдени туризм, сакралды география.

КІРІСПЕ

Рухани жаңғыру – адам баласының оның ішкі әлемінің жаңаруы, сана-сезімі, жаңа өзгерісті қабылдай білуі. Рухани жаңғыруда өркениеттің өрге жүзуімен байланыстырамыз. Тарих сахнасына көз жүгіртсек, өскен ұлттың өрби түсуіне осы «рухани жаңғыру дәлел». Көне замандағы көрікті қалаларымыз, сән салтанатты таласқан озық ескерткіштеріміз, мәдени мұраларымыз бұртартпас айғақ болып табылады.

Қазақстанда діннің, тарихтың және мәдениеттің ерекше ескерткіштері шоғырланған. Бұл сакралды мәдени-туризм сияқты бағытты дамыту үшін жағымды аймақ болып табылады. Халықта рухани құндылықтарға қажеттілік бар, діни мәдениет ескерткіштеріне қызығушылық, әсіресе рухани

маңызды орталықтарына айналған сакралды орындар өсіп келеді. Қоғамдық қатынастарға терең еніп, алмасулар үшін жаңа көкжиектер ашылады.

Сакралды сөзінің түп-төркіні латын тілінде жатыр. Еуропалықтар осынау ұғым-түсінікпен өздері ерекше қастерлеген діни, тіпті мистикалық құбылыстарды, күнде көріп жүрген таныс ортадағы өзгеше болмысты, иррационалды дүниені, нысандарды бейнелеген. Күні бүгін де бастапқы мағынасын сақтап келеді [1].

Қазақ халқы сакралды сөзін естімей тұрып дінді ғана емес, жарық дүниенің тылсым таңғажайыптарын, бүкіл қоршаған ортаны қастерлеудің классикалық қағидаларын қалыптастыра алды. Адамдардың күнделікті өміріне қатысты тыйымдарымыздың өзі мән-мағынасы жағынан қоғамдық санадағы, дүниетанымдағы сакралдылық жайлы тұжырымдарымыздың биік деңгейін бейнелейді.

Қазақтың сакралды әлемге сәйкес тілдік қоры да қалыптасқан. Солардың ішінде үш сөздің этимологиясы мен танымдық әлеуеті айрықша көзге түседі. Ол сөздер – әулиелі, киелі, қасиетті.

«Әулие» – қазақ тіліне арабтан енген сөз. Түп жаратушының сүйген құлы, адамды дұрыс жолдан адастырмаушы дегенге саяды. Ұлы даламызда құдай жолынан қылаудай ауытқымаған, ақылымен де, қолымен де қалтқысыз қызмет еткені үшін әулие санатына көтерілгендер бар ғой. Ендеше, сакралды орын нысандарының ең маңызды, ең мәртебелі бөлігін «әулиелі» терминімен айшықтаған жөн. Мәселен, ислам дінінің ғұламалары мен қайраткерлері Қ. А. Яссауидің, С. Ғылманидің, А. Машанидің, Х. Алтайдың кесенелері, егер сакралды география нысандары тізіміне ене қалса, «әулиелі» атауымен ұлықтауға лайық [2, 23 б.].

«Киелі» сөзінің мән-мағынасы өте күрделі. Халқымыз осы ұғыммен зорлық-зомбылыққа, әділетсіздікке қарсылығын, адамның, табиғаттың, қоғамның арасындағы жарасымдылық пен үйлесімді сақтауға құштарлығын білдірген. Жүгірген аңның, ұшқан құстың, жер мен судың, ерекше қасиетке ие адамның киесі ұрады деуімен қоғамдық-саяси, рухани, экологиялық, әлеуметтік тұрақтылықты, ынтымақ пен ықпалдастықты бәрінен жоғары қоя алған. Батыс тарихнамасында әлі күнге дейін өмір сүріп келе жатқан қате тұжырымды – көшпелілер өркениеттен тыс қалған, олар соғысқұмар, отырықшыларға тыныштық бермеген тәрізді пайымдарды жоққа шығара алғанын да білуіміз керек [2, 39 б.].

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

Сакральды орындардың үшінші құрамдас бөлігін халықтың, мемлекеттің тағдыры мен тарихында бет бұрысты миссия атқарған оқиғалар орны және тұлғаларға байланысты жерлер құрауы керек. Тап осы мәселеде қоғамдық

санадағы мәртебесімен есептескен жөн. Мәселен, XVIII ғасырдың батыры Райымбектің зиратына түнеп, аруақтан бала сұрау, тілек тілеу ертеден үзілмеген дәстүр. Осынысымен-ақ батыр зираты сакралды нысанға айналды. Ал батырлығы бір мысқал кем емес талай ерлердің есімі естен шықпаса да, зираттары қайда екенін білмейтініміз рас қой. Есесіне өмір жолы ауызша тарих мәліметтерімен ғана сипатталған жанның басындағы белгісі сакралды географияға айналғанына куәміз [3, 55 б.].

Ескерткіштер, мешіттер, киелі орындар, әйгілі мұражайлар мен рухани орталықтар – туризм нысандары болып табылады, олар көбінесе сұранысқа ие, яғни сакралды мәдени туризм қазіргі заманғы туристік индустрияның бір бөлігі болып табылады. Діни ескерткіштер тарихы және мәдениеті белгілі бір аймаққа немесе қалаға барудың маңызды дәлелі. Көптеген сакралды орындар туристік нысандар және олардың кейбіреуі мемлекеттің қорғауында. Біздің елде сакралды мәдени турларды ұйымдастыруға байланысты туристік фирмалардың құрылу үдерісі артып келеді. Өткен онжылдықта сакралды орындарға баратын туристердің санын айтарлықтай артып келеді.

Бүгінгі күні Қазақстанда қасиетті орындар тізімі жасалды. «Қазақстанның сакралды географиясы» жобасының аясында республикалық деңгейдегі 185 тарихи маңызы бар жер және 500 аймақтық алаң анықталды. Бұл Елбасының рухани жаңғырту жөніндегі бастамасын іске асырудың нәтижесі және ол бағдарламалық мақала да баяндалған [2, 61 б.].

Мемлекеттік бағдарламаға сәйкес Павлодар облысының қасиетті жерлерін 4 нысанға бөлуге болады. Олар:

- Ежелгі және орта ғасырлардағы табынушылық мәні бар нысандар – 16;
- Қазіргі заманның табынушылық мәні бар нысандар – 29;
- Маңызды тарихи оқиғалар мен көрнекті тұлғалардың жерлер – 68;
- Табиғи-ландшафттық нысандар – 82 [4, 30 б.].

Қазақстанда тарихи ескерткіштер, бағасы жоқ жәдігерлердің көптігіне қарамастан қазіргі таңда мәдени – сакралды туризмнің дамуына мына мәселелер тежеп тұр: инфрақұрылымның төмен болуы және әлсіз дамуы, байланыс аясының кейбір облыс жерлерінде төмен болуы, арнайы жасақталатын турлардың аздығы, туристік объектілерге жетудің қиындығы, туристер демалатын жерлердегі қызмет көрсету деңгейінің жоғары болмауы, жол бойы инфрақұрылым объектілерінің қызмет сапасының және санының жеткіліксіздігі, туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі сияқты мәселелер дамуға кедергі келтіріп отыр. Осыған байланысты мына міндеттерді шешу қажет: туризмнің инфрақұрылымын жоғарғы нәтижеге дейін дамыту, туризм саласының материалдық базасын жаңарту және жаңа нысандар құрылысын жүргізу, дүниежүзілік деңгейге сәйкес діни туристік өнімді қалыптастыру және оның сапасын арттыру, табиғи-

рекреациялық және мәдени-тарихи ресурстарды сақтау және пайдалану, туристік ресурстарға қол жеткізуді қамтамасыз ету және туристік қызметтер қажеттілігін қанағаттандыруда ең жоғары деңгейге дейін жету, туризм және қызмет көрсету саласында халықты жұмыспен шұғылдануға ынталандыру сияқты міндеттерді шешкен жағдайда туризм саласы дамиды деп ойлаймын.

Осы бағдарлама аясында, Павлодар облысының сакральды орындарына тур жобасын ұсынып отырмын. Бұл жоба Павлодар облысындағы экскурсиялық агенттікті ұйымдастыру, «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақалада ұсынылған «Қазақстанның рухани жәдігерлері» («Қазақстанның қасиетті жерлерінің географиясы»), яғни аймақтың сакралды орындарына экскурсиялар өткізу қызметтерін ұсыну болып табылады. Сонымен бірге, Павлодар облысының сакралды орындарының мәдени туризм дамуындағы рөлін көрсету, өңіріміздің мәдени мұра құндылықтарын жүйелеу, ұлттық ерекшелікті сақтау арқылы, жаңашылдыққа бет бұру және табыс көзіне айналдыру. Келушілерге өз көлігімізбен қызметкерлерімізді пайдалана отырып, Павлодар облысының сакралды орындарына экскурсия ұйымдастырылады.

Экскурсияның үш негізгі түрі:

- Экскурсиялық турлар
- Демалыспен экскурсиялық турлар
- Демалыс күндеріне арналған тур

Әрбір уақытқа арналған экскурсиялық бағдарламалар әзірленеді. Әр экскурсиялық бағдарлама барысында қызмет ететін жол көрсетуші маман болады (гид).

Жоспарланып отырған экскурсиялық бағыттар:

- Павлодар – Баянауыл ауданы, Мәшһүр Жүсіп Көпейұлы мавзолейі;
- Павлодар – Екібастұз қаласы, Исабек Ишан хазірет;
- Павлодар – Хазірет Ғабдыл-Уахит Тіленшіұлы (Шарбақты ауданы);
- Павлодар – Сейділда қажы (Қашыр ауданы);
- Павлодар – Қайса Нұрғазыұлы (Май ауданы);
- Павлодар – Баянауыл ауданы (Қоңыр әулие, кімпір тас, Торайғыр, Сарыадыр бұлағы, Жасыбай батыр).

Әрбір сакральды орынның өзіндік тарихы бар. Мақала барысында бірнеше сакралды орындарға тоқталып өтсек. Солардың бірі, Ғабдыл-Уахит хазірет, кесенесі. XX–XXI ғғ. Ескерткіш Арбиген ауылынан 15 шақырым, Павлодар қаласынан 150 шақырым қашықтықта (Шарбақты ауд., Павлодар обл.) орналасқан. Киелі нысан – күмбез тәрізді тікбұрышты кесене [5, 123 б.].

Ғабдыл-Уахит хазірет (1853–1926) – XIX ғасырдың екінші жартысы – XX ғасырдың басында өмір сүрген белгілі діни қайраткер. Хазірет қазіргі Павлодар облысы Шарбақты ауданындағы ауылдардың бірінде дүниеге

келген. Алғашқы білімді молладан алған ол оқуын алдыңғы қатарлы мұсылмандық білім беру орындарында жалғастыру бел буады. Білім қуып Бұқараға кетіп, сол жақта қаланың бай діни дәстүрлерімен танысып, ислам дінінің негізін тереңінен зерттеді [6, 93 б.].

Туған елге оралған соң бүкіл ғұмырын халыққа қызмет етуге арнап, ағартушылықпен айналысты. Шарбақты ауданындағы Есілбай ауылында медресе ашып, көпшілікті оқытты. Кейін хазірет Арбиген ауылына жақын жерде мешіт салып, сонда имам болды. Ислам дінінің негіздерін дәріптей отыра, адамгершілік, әділеттілік, мейірімділік пен қамқорлық сынды ізгі қасиеттерді адам бойына сіңіруге талпынды. Аңыздар мен хикаяларға сүйенсек, Ғабдыл-Уахит хазірет айналасындағы адамдарға айрықша әсер етіп, дұғамен емдеу қабілетіне ие болған. Мұқтаж жандарға көмектесті. Тағдырын болжап, болашағын білуді қалаған адамдар кең байтақ даланың түкпір-түкпірінен хазіретке арнайы келетін [7, 5 б.].

Ғабдыл-Уахит хазірет пен оның қызметі туралы деректер аңыз-әңгімелерде, халық ауыз әдебиетінде сақталған. Солардың біріндегі мәліметтер бойынша, кеңес билігі кезеңінде, дін «халықтың басын айналдыратын апиын» деп жарияланған тұста имамдар мен хазіреттерді жаппай қудалау басталды. Бәз біреулер хазіретке қатысты шағым айтқандықтан, ПХК қызметкерлері оның соңына түсті. Аңыз-әңгімеге сәйкес, хазірет намаз оқып отырған сәтте қызметкерлердің бірі Құранның парақтарын жыртып бастайды. Осы кезде таң қаларлық оқиға болды: кенет, белгісіз себептерге байланысты ПХК қызметкерінің беті қисайып кетті. Хазіретті атуға апарған уақытта соңғы өтінішін орындауды сұрады. Ол намаз оқуды аяқтады өтінеді. Намаз оқып болған соң хазірет әзір екенін айтып, қызметкерлер жаза қолдануға дайындалғаны сол еді, қаруы атпай қойды, бір қызметкердің қолы жансызданды. Осылайша, хазірет ажал аузынан аман қалды [6, 82 б.].

1926 жылы Ғабдыл-Уахит хазірет қайтыс болған соң оның зираты көптеген мұсылманның зиярат етер орнына айналды. 1953 жылы хазірет жерленген жерге мазар тұрғызылды. Алайда орманда болған өрттердің залалы бұл киелі нысанға да тиді. Сондықтан 2012 жылы ескі кесененің орнына жаңасы салынды. Шарбақты ауданындағы «Ертіс орманы» мемлекеттік орман-табиғи резерваты аумағындағы бұл кесене туралы жергілікті халық қана біліп, дүйім жұрт ұзақ уақыт бойы бейхабар еді. Қазіргі уақытта кесене – киелі мәнге ие нысан, қасиетті де киелі орындардың бірі, зиярат ететін жер. Еліміздің барлық аймағынан тұрғындар келіп, денсаулық пен табыстың мол болуын тілейді. Бұқара арабтарының әлемі медресесінің үздік оқушыларының бірі Ғабдыл-Уахит хазірет – «хазірет» титулына ие болған мыңның бірі. Бүгінде кесене аумағында барлық жағдай қарастырылған,

тіпті түнеуге болатын үй бар. Зиярат етуге ниеттілерді жергілікті шырақшы (молла) қарсы алып, келушілерге хазіреттің өмірі мен қызметіне байланысты түрлі тарихи деректер мен аңыздарды әңгімелейді.

Ғабдыл-Уахит жерленген орнының киелі маңызы хазірет тұлғасы мен мұрасының діни мәніне, Ертістің Павлодар өңірі жұртшылығының санасында әулиенің жерленген орнының киелі екеніне деген сенімге негізделген [6, 105 б.].

Мәшһүр Жүсіп Көпеев, кесене. XX ғасырдың алғашқы жартысы. Нысан төбеде, Жанажол ауылынан солтүстікке қарай 17-18 шақырым қашықтықта Ескелді елді мекенінде орналасқан (Павлодар облысы Баянауыл ауданы) [5, 69 б.].

Мәшһүр Жүсіп Көпеев (1858-1931) – көрнекті қазақ ақыны, философ, жылнамашы, этнограф, тарихшы, ағартушы, шежіре мен халық ауыз әдебиетін жинаушы. Бес жасында жергілікті молладан сауат ашты. Алғыр бала болғаны соншалық, 7-9 жасында «Қозы Көрпеш-Баян сұлу», «Ер Тарғын», «Төрт жігіттің өлеңі» халықтық лирикалық-эпикалық шығармаларын, шығыс ертегілері мен дастандарды жатқа айтатын. Қазақ халқы Жүсіптің білімі мен талантын жоғары бағалады, оның даңқы күллі Сарыарқаға тарады, сондықтан «Мәшһүр» атанды, бұл сөз араб тілінен аударғанда «даңқты, атакты, құрметті» деген мағынаны білдіреді. Ақын өзінің биографиялық туындысында былай деп атап өткен:

Бес жаста «бісмілля» айтып жаздым хатты,
Бұл дүние жастай маған тиді қатты.
Сегізден тоғызға аяқ басқан күнде,
Мұса еді қосақтаған «Мәшһүр» атты.

15 жасар Мәшһүр Жүсіп медреседе оқи жүріп ақындық шығармашылықпен айналысады, халық ауыз әдебиеті үлгілерін жинап, балаларды оқытады. Білім алу мақсатында Ташкент, Бұқара мен Түркістанға аттанып, шығыстың көрнекті ғалымдары мен ойшылдарының мәдениетін, шығармаларын зерттейді. Араб, парсы, орыс тілдерін еркін меңгерген. 1888 жылы ақынның өлеңдері мен мақалалары алғаш рет «Дала уәлаятының газетінің» беттерінде басылады. 1907 жылы Қазан қаласында «Сарыарқаның кімдікі екендігі», «Өмірлік тәжірибе», «Хал-ахуал» туындылары жарық көреді. Ақын бұл шығармаларында қазақ қоғамының өзекті мәселелерін көтерген. 1905 жылы патшалық манифестті сынап, пікірін айтады. Осының салдарынан патша үкіметі тарапынан қудалауға ұшырады [9, 45 б.].

М. Ж. Көпеев бай мәдени, тарихи, ғылыми мұра қалдырды. Оның шығыс мақамы бойынша жазылған «Ғибратнама», «Гүлшат-Шеризат», «Баяннама» дастандары көпшілікке етене таныс. Сонымен қатар «Көшпелі болған жұрттың шаруасы», «Анама хат» өлеңдері танымал. Ол халық ауыз әдебиетін жинаушы ретінде танылып, ата-тектің шығуын жан-жақты сипаттаған,

қазақ халқының туыс-тайпалығы мен қазақ халқының тарихы, мәдениетіне қатысты мол материал қалдырды. Халық аңыз-жыр айтушыларының аузынан Бұқар жырау, Шортанбай, Шөже шығармаларын мен Абай, Сұлтанмахмұт Торайғыров өлеңдерін жазып алған [9, 59 б.].

М. Ж. Көпеев бүкіл өмірін ағартушылық қызметке арнады. Ескі араб жазуы негізінде құрылған жаңа әліпби («усули жадит») мен жаңа әдісті қодана отырып, балаларды оқытты. Оның араб және латын графикасы негізінде жазған қолжазбалары Алматы, Қазан, Санкт-Петербург қалаларының архивтік қорында, ҚР ҰҒА Орталық ғылыми кітапханасының қолжазбалар қорында және Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі Әдебиет және өнер институтында сақтаулы. Кейбір ғылыми материалдар оның тікелей ұрпақтарының жеке архивтерінде бар [8, 44 б.].

Кеңестік кезеңдегі қиын уақытқа қарамастан, көрнекті ғалымдар мен ағартушылар – Әлкей Марғұлан, Жүсіпбек Аймауытов және тағы басқалары М. Ж. Көпеевтің мәліметтерін өз жұмысында қолдана отырып, оның мұрасын өскелең ұрпаққа беруге ұмтылды. Тәуелсіздік алған соң М. Ж. Көпеевтің мол мұрасын ғылымның әр түрлі саласының ғалымдары – философтар, тарихшылар, филологтар зерттей бастады. Олардың қатарынан Сәрсенбі Дәуітов, Уәлихан Қалижан, Алмас Шағырбаев, Досай Кенжетай, Айтмұхамбет Тұрышевтарды, сонымен қатар атақты тектің ізін жалғастырушы ұрпақтары – Қуандық Жүсіпов, Нартай Жүсіповті ерекше атауға болады.

Деректерге негізделген, М. Ж. Көпеев кесенесі оның көзі тірісінде салынған. Айрықша қасиетке ие жан болғандықтан әрі өзінің қайтыс болар күнін бір жыл бұрын білгендіктен, кесененің жоспарын жасап, бөлмелердің қалай орналасуы қажет екенін көрсетіп, туыстары мен жақындарына тапсырма береді. Бастысы – оның денесі жер қойнауына тапсырылмауы тиіс. Кеңестік билік жылдары мазары сырылды, бірақ денесі шірімей, сол қалпы сақталған. 2008 жылы М. Ж. Көпеевтің 150 жылдығына орай кешен ашылды. Кесене жанында мұражай орналасқан. Жаңажол ауылындағы музей 2016 жылы Ескелдіге көшірілді [5, 58 б.].

Кесене төбеде орналасқан, оған бір баспалдақтың 73 сатысымен жетуге болады. Бұл сандар атақты ойшылдың өмір сүрген жасын білдіреді. Кешен ұрпақтарының бақылауы мен қарауында. Қазіргі таңда кесенеді зиярат ету үшін түрлі мемлекеттен көп адам легі келеді. Бұл діни нысанның халқымыздың санасында маңызды сакральды мәнге ие екенін көрсетеді.

ҚОРЫТЫНДЫ

Қазақстанның қасиетті жерлерінің мәдени-географиялық белдеуі – неше ғасыр өтсе де бізді кез келген рухани жұтандықтан сақтап, аман алып

шығатын символдық қалқанымыз әрі ұлттық мақтанышымыздың қайнар бұлағы», біріншіден, ұлттық кодымыздың тынысын кеңейтуді көздейді, екіншіден, мәдени, ғылыми, ономастикалық, т.б. міндеттерімізді тиянақтап тұр, үшіншіден, ең бастысы – қазақ қазақ қалпында ғана жаһандық бәсекеге төтеп бере алатынын еш бүкпесіз жайып салды.

Жұмысымызды қорытындылай келе аймағымыздың туристік нысандарына саяхат жасау арқылы қаржы көзін табуға болады, осы мақсатта университетімізде start-up жобаларды жүзеге асырырылып жатқан біреуі ғана, осындай әртүрлі жобалар арқылы біз жастар өздерін енбекпен қамти алады және аймақтың алға қарай мәдени, әлеуметтік дамуына үлесі көп. Аталған жұмыс жобаны жүзеге асырудың бастамасы, ол әрі қарай жалғасын табып, прототип ретінде жүзеге асырылады.

ПАЙДАЛАНҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

- 1 Елбасының 2017 жылғы 12 сәуірдегі «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» бағдарламалық мақаласы [Электронный ресурс]. – <http://ruh.kz/>
- 2 **Қасқабеков, А., Алтаев, Ж.** Қазақ философиясы. Оқу құралы. – Алматы : «Ер-Дәулет», 1996. – 184 б.
- 3 **Молдабеков, Ж. Ж.** Қазақтану және жанару философиясы: оқу құралы – Алматы : Қазақ университеті, 2009. – 282 б.
- 4 Свод памятников истории и культуры Республики Казахстана. Павлодарская область. – Алматы : Аруна, 2010. – 600 б.
- 5 Павлодарское Прииртышье. Энциклопедия. – Алматы : ЭВЕРО, 2003. – 678 б.
- 6 Жергілікті аңыз-әңгімелер. (Ақпарат беруші – Ғабдыл-Уахит хазірет кесене шырақшысы Рахметов Ермек, 1970 ж.т.).
- 7 **Касенова, А.** Мавзолей сильной личности // Звезда Прииртышья, 18 июля 2012 года.
- 8 Ұлт тарихы өңір тарихынан құралады [Электронный ресурс]. – URL:<http://muftyat.kz/kz/news/11774>
- 9 **Көпеев, М. Ж.** Таңдамалы. Екі томдық. Т. 1. – Алматы : Ғылым, 1990. – 273 б.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

С. С. Аубакирова¹, С. К. Мухаметжан²

Модернизация культурного туризма региона в рамках программы Рухани Жаңғыру модернизации общественного сознания (На основе проекта Kereku – Tour Start-Up)

^{1,2}Гуманитарно-педагогический факультет,
Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова,
г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан.
Материал поступил в редакцию 15.04.19.

S. S. Aubakirova¹, S. K. Mukhametzhana²

Modernization of cultural tourism in the region in the framework of the program of modernization of public consciousness (Based on the project Kereku – Tour Start-up)

^{1,2}Faculty of Humanities and Education,
S. Toraihyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

В статье рассматривается, что духовная модернизация является требованием времени и неизбежной перспективой эволюции человечества. В целом, внутренний культурно-исторический туризм на территории Казахстана имеет большие возможности для развития как сферы бизнеса. Изучаются сакральные места региона, систематизируются его ценности, мировоззренческие, воспитательные значения. В рамках программной статьи «Взгляд в будущее: рухани жаңғыру» будут предложены пути инновационного развития сакральных мест в регионе, их дальнейшего развития и превращения в источник доходов для развития экономики региона.

The article considers that spiritual modernization is a demand of time and an inevitable perspective of human evolution. In general, domestic cultural and historical tourism in Kazakhstan has great potential for development as a business area. Sacral places of the region are studied, its values, ideological and educational values are systematized. Within the framework of the programme article «Ruhani zhangyru – Look into the future», the ways of innovative development of sacred places in the region, their further development and becoming a source of income for the development of the regional economy will be offered.

ГРНТИ 14.35.07

Е. И. Бурдина¹, А. А. Кудышева²

¹д.п.н., профессор, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.п.н., профессор, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

ПРИОРИТЕТ ПГУ ИМЕНИ С. ТОРАЙГЫРОВА – ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В статье рассматривается изучение профессиональной социализации через формирование лидерских качеств с выходом на предпринимательскую деятельность как результат и продукт исследовательской работы обучающегося. В ходе исследования, прежде всего, были изучены положения компетентностного подхода, современная теория содержания образования, мотивация к инновационной деятельности в области предпринимательства. В статье представлен Конус обучения как основа для профессионально-предпринимательской социализации, а также приведены результаты пилотажного исследования.

Ключевые слова: профессиональная социализация, лидерство, предпринимательство, компетентностный подход, ключевые компетенции, мотивация.

«Наш путь в будущее связан с созданием новых возможностей для раскрытия потенциала казахстанцев. Развитая страна в XXI – это активные, образованные и здоровые граждане» (Послание Главы государства Нурсултана Назарбаева народу Казахстана. Казахстанский путь–2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее).

В продолжение слов Президента следует отметить, что в Республике явно прослеживается тенденция развития малого и среднего бизнеса.

Так, численность самозанятых в Казахстане в 4 квартале 2014 года составила 2,5 млн. чел., из них в качестве работников – 163,6 тыс.чел, работников семейных предприятий – 24,5 тыс. чел., членов кооперативов – 11,6 тыс. чел., самостоятельных работников – 1 496 тыс. индивидуальных

предпринимателей. На 2018 год численность самозанятых в Казахстане составила 2,1 млн. чел. Следует отметить, что в развитых странах доля самостоятельно занятых составляет 12–14 % (Франция – 11 %, Германия – 11,6 %, Великобритания – 4,6 %, Турция – 37,1 %, Китай – 52 %, Казахстан – 29,4 %). Большая часть самостоятельно занятых работает в сельском хозяйстве – 49,8 %, в сфере розничной торговли – 24,3 %, в строительстве – 7,9 %. По оказанию разных услуг населению – 18 %.

Закономерно, что в свете наметившихся тенденций ПГУ имени С. Торайгырова позиционирует себя как исследовательско-предпринимательский ВУЗ. Тем самым определяет **цель** подготовки специалистов как профессионально-предпринимательскую социализацию обучающихся.

Для достижения поставленной цели были сформулированы задачи:

- дать знания в области профессиональной и предпринимательской деятельности;
- развивать творческий подход к профессиональной и исследовательской деятельности;
- сформировать положительное отношение и мотивацию к инновационной деятельности в области предпринимательства.

Новая инновационная направленность университета как исследовательско-предпринимательского исходит из **гипотезы**: если результаты исследовательской работы будут реализованы в рамках инновационного предпринимательства, то профессиональная социализация будет эффективнее, так как будут сформированы лидерские качества и профессионально значимая мотивация к предпринимательству.

Тем самым мы обозначаем ключевую позицию: профессиональная социализация через формирование лидерских качеств с выходом на предпринимательскую деятельность как результат и продукт исследовательской работы обучающегося.

Используемые понятия:

Профессиональная социализация – приобретение профессиональных знаний, умений, навыков, сохранение и передача профессионального опыта, культуры, этики, норм, ценностей, поддержка вхождения в профессиональную деятельность на этапе профессионального старта.

Лидерство – модель поведения индивида, побуждающая других признавать его способным направлять их действия.

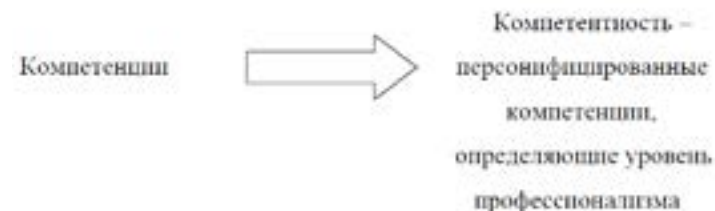
Предпринимательство – поиск новых возможностей бизнеса, организационно-инвестиционная деятельность, требующая определенного профессионализма, ответственности и связанная с различными рисками.

Теория

Эффективность профессиональной социализации на уровне вузовского и послевузовского образования обеспечивают использование в обучении компетентностного подхода (Н. В. Кузьмин) и современной теории содержания образования (М. Н. Скаткин, И. Я. Лернер, В. В. Краевский).

Компетентностный подход рассматривает профессиональную компетентность как свойство личности, позволяющее эффективно взаимодействовать с профессиональной средой благодаря наличию необходимого фонда переживаний, знаний, отношений (атрибутов сознания); выступает ведущим регулятором профессионального развития личности, предполагает глубокое понимание профессиональной среды и своего места в ней.

Схема 1 – Компетенции/компетентности



Ключевые компетенции – формирование знаний, умений, навыков, позволяющих реализовать возможности образовательных и информационных технологий в соответствии с профессиональным уровнем.

Таблица 1

Специальные	Социальные	Образовательные
Гностические	Организаторские	Творческие
Проектировочные	Управленческие	Психологические
Конструктивные	Коммуникативные	Рефлексивные

1) *Гностические* (анализировать причины успехов и неудач в профессии, использовать логические приемы мышления);

2) *проектировочные* (формировать цели своей будущей деятельности, предусматривать трудности в своей деятельности);

3) *конструктивные* (составлять схемы, строить графики, чертежи, выбирать форму и качество инструмента в зависимости от назначения);

4) *организаторские* (организовать себя и сотрудников на выполнение производственных задач);

5) управленческие – знать и использовать в деятельности управленческий цикл;

6) коммуникативные (устанавливать необходимые производственные отношения);

7) творческие – использовать полученные знания в нестандартной обстановке, характерной дивергентному мышлению, активность исследовательской деятельности, смелостью в постановке перспективных задач;

8) психологические – обладать лидерскими качествами, внутренней готовностью и способностью к предпринимательской деятельности;

9) рефлексивные – осмысливать результаты своей деятельности.

В свою очередь, современная теория содержания образования обеспечивает не только приобретение ЗУНов, но более ориентирована на формирование опыта творческой деятельности, и позволяет реально использовать в вузе основной и единственно правильный метод обучения – метод научного познания. Эмоционально-ценностные отношения, формируемые в процессе творческой исследовательской работы, дают возможность, как развивать и проявлять лидерские качества, так и мотивировать студентов на предпринимательскую деятельность.

В профессионально-предпринимательской социализации обучающихся важная роль отводится мотивации на предпринимательство и формирование лидерских качеств. Мы рассмотрели возможность взять за основу Конус обучения (Эдгард Дейл, Брюс Хайленд) и использовать его в контексте современной теории содержания образования с применением методов активного обучения.

Позиционирование Университета в качестве исследовательско-предпринимательского повлекло включение в процесс обучения ряда элективных дисциплин, способствующих формированию лидерства и предпринимательства в студенческой среде:

– Проектирование карьеры и технология достижения успеха, А. Крол (для студентов 3 курса, магистрантов 1 курса).

– Психология лидерства и управление персоналом (для обучающихся специальностей бакалавриата);

– Философия успеха и психология лидерства (бакалавриат, магистратура).

Вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность как результат и продукт исследовательской работы позволяет значительно повысить результаты обучения. И как следствие, с учетом внедрения новых технологий, проведением исследовательской работы с выходом на «продукт» можно несколько видоизменить Конус обучения.

Таблица 2 – Практика Профессионально-предпринимательская социализация

Конус обучения	Чтение	10 %	Знания	самостоятельная работа с литературой	Имитационные	Презентация результатов исследовательской деятельности, статей	Опыт творческой деятельности	90 %	Презентация, имитация реального опыта
Содержание	Чтение	20 %	Знания	лекция вдвоём; лекция с запланированными ошибками; лекция по заданным вопросам	Имитационные	эвристическая беседа; учебная дискуссия	Способ деятельности Опыт творческой деятельности	70 %	Участие в дискуссиях, выступления с речью
Содержание	Чтение	30 %	Знания	лекция со слайдами	Имитационные	лекция с видео; лабораторная работа, стажировка на рабочем месте	Знания Способ деятельности	50 %	Просмотр видеороликов, выставки наблюдения за реальным процессом и участие
Содержание	Чтение	20 %	Знания	лекция вдвоём; лекция с запланированными ошибками; лекция по заданным вопросам	Имитационные	лекция с видео; лабораторная работа, стажировка на рабочем месте	Знания Способ деятельности	50 %	Просмотр видеороликов, выставки наблюдения за реальным процессом и участие
Содержание	Чтение	30 %	Знания	лекция со слайдами	Имитационные	лекция с видео; лабораторная работа, стажировка на рабочем месте	Знания Способ деятельности	50 %	Просмотр видеороликов, выставки наблюдения за реальным процессом и участие
Содержание	Чтение	20 %	Знания	лекция вдвоём; лекция с запланированными ошибками; лекция по заданным вопросам	Имитационные	лекция с видео; лабораторная работа, стажировка на рабочем месте	Способ деятельности Опыт творческой деятельности	70 %	Участие в дискуссиях, выступления с речью
Содержание	Чтение	10 %	Знания	самостоятельная работа с литературой	Имитационные	лекция с видео; лабораторная работа, стажировка на рабочем месте	Опыт творческой деятельности	90 %	Презентация, имитация реального опыта

Таблица 3 – Конус обучения исследовательско-предпринимательского вуза

СПУСТЯ 2 НЕДЕЛИ В НАШЕЙ ПАМЯТИ ОБЫЧНО ОСТАЕТСЯ	ДЕЙСВИЯ	СТЕПЕНЬ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС
140 % того, что мы торопимся добрать в имеющихся сфере знаний, стремимся получить новые знания, рискуем своими ресурсами	Предпринимательство	НАУЧНО-ИННОВАЦИОННАЯ
130 % того, что мы пропускаем через себя, получаем лифтбокс, добираем нужные знания	Лидерство, start-up	
120 % того, в чем разбираемся глубже, создавая новые знания	Бизнес-проект	
100 % того, что мы начинаем, пропускаем через себя	Научный проект	
90 % того, что мы делаем и говорим	Выполнение реального действия Имитация реальной действительности Ролевая игра	АКТИВНАЯ
70 % того, что мы говорим	Выступление с речью Участие в дискуссиях	
50% того, что мы видим и слышим	Наблюдение за реальными процессами Просмотр презентации	
	Наблюдение за демонстрационными процессами	
30 % того, что мы видим	Просмотр кинофильма	ПАССИВНАЯ
20 % того, что мы слышим	Просмотр иллюстраций Прослушивание лекций	
10 % того, что мы читаем	Чтение	

Для экспериментального подтверждения результатов обучения нами был разработан «Опросник по выявлению ресурсов обучения».

Выборку для пилотажного среза составили студенты 1–3 курсов в количестве 18 человек. Студенты 1–3 курсов в количестве 13 человек и 5 студентов, участвующие в бизнес проекте Startup. В результате мы получили следующие данные, представленные на рисунках 1–4:

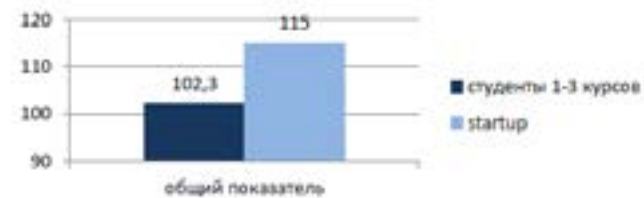


Рисунок 1 – Общий показатель по тесту, % (максимум – 140 %)

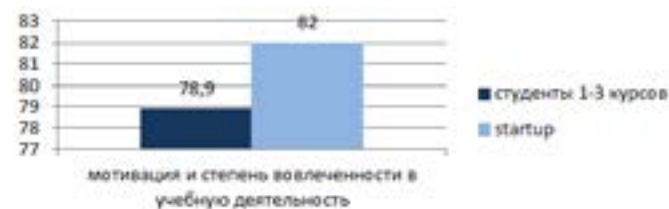


Рисунок 2 – Учебная деятельность, % (максимум – 100 %)

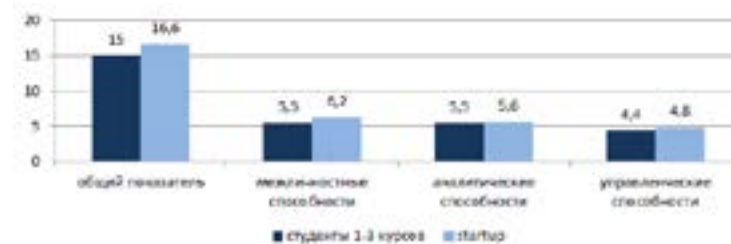


Рисунок 3 – Лидерство, %

Максимальный результат по «лидерству» – 20%, из них: межличностные способности – 7%, аналитические способности – 7%, управленческие способности – 5%

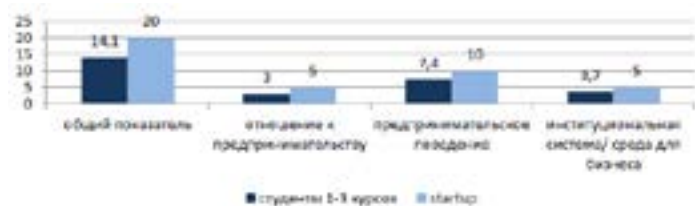


Рисунок 4 – Предпринимательство, %

Максимальный результат по «предпринимательству» – 20 %, из них: отношение к предпринимательству – 5 %, предпринимательское поведение – 10 %, институциональная система / среда для бизнеса – 5 %.

Результаты пилотажного исследования позволяют сделать предварительные выводы о том, что обозначенные в опроснике показатели значительно выше у тех обучающихся, кто планирует или уже занимается предпринимательской деятельностью. Безусловно, что это первый шаг исследования, оно будет продолжено в дальнейшем. Однако, на данном этапе можно резюмировать, что в результате работы была обоснована необходимость и возможность профессионально-предпринимательской социализации обучающихся; разработан «Опросник по выявлению ресурсов обучения».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 **Мигачева, М. В.** Сущность и особенности профессиональной социализации молодых специалистов молодых специалистов в период трансформации // Вестник Сам ГУ. – № 1. – Самара, 2013. – С. 95–101.
- 2 **Мыльникова, Л. А.** Инновации, предпринимательство и вуз // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации», 2014.
- 3 **Орсариев, А. А., Изакова, А. Т., Асылбекова, Л. У.** Компетентности лидерства: учебное пособие / Новое изд. – Астана : Академия гос. управления, 2011. – С. 169.
- 4 <http://hr-portal.ru/doki/konus-edgara-deyla> [Электронный ресурс].

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Е. И. Бурдина¹, А. А. Кудышева²

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің басымдылығы – білім алушыларды кәсіби-кәсіпкерлік әлеуметтендіру

^{1,2}Гуманитарлық-педагогикалық факультет,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

Е. I. Burdina¹, A. A. Kudysheva²

Professional and entrepreneurial socialization of students is the priority of S. Toraighyrov PSU

^{1,2}Faculty of Humanities and Education,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада білім алушының зерттеу жұмысының нәтижесі және өнімі ретінде кәсіпкерлік қызметке шығумен қосыласылық қасиеттерді қалыптастыру арқылы кәсіби әлеуметтендіруді зерттеу қарастырылады. Зерттеу барысында ең алдымен құзыреттілік тәсілдің ережелері, білім беру мазмұнының қазіргі заманғы теориясы, Кәсіпкерлік саласындағы инновациялық қызметке уәждеме зерттелді. Мақалада кәсіптік-кәсіпкерлік әлеуметтендірудің негізі ретінде оқытудың конусы ұсынылған, сондай-ақ пилотаждық зерттеудің нәтижелері келтірілген.

The article deals with the study of professional socialization through the formation of leadership qualities with access to entrepreneurial activity as a result and a product of the student's research work. In the course of the study, first of all, the provisions of the competence approach, the modern theory of the content of education, motivation for innovation in the field of entrepreneurship were studied. The article presents the Cone of learning as a basis for professional and entrepreneurial socialization, as well as the results of the pilot study.

Т. Э. Воронова¹, К. Ж. Калимуллина², Р. Г. Калимуллин³

¹к.полит.н., ассоц. профессор, Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²магистр юридических наук, ст. преподаватель, Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³магистрант, кафедра «Правоведение», Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: ¹t-voronova@km.ru; ²kalimullina57@list.ru; ³Renat@mail.ru

**РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В КАЗАХСТАНЕ**

В научной статье рассматриваются накопленный опыт, проблемы и перспективы развития предпринимательства в Казахстане ее история, становление как социального государства, дается сущностная характеристика данному понятию, анализируются вопросы конституционно-правового регулирования в области бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, рынок, экономика, малый и средний бизнес, инфраструктура, бизнес-инициатива, конкуренция.

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательство в Республике Казахстан, хотя и испытывает значительные трудности, уже свершившийся факт. Оно защищено законом и будет развиваться. Актуальность выбранной темы очевидна, ибо рыночной экономики без предпринимательства не бывает. И хотя оно у нас находится в зачаточном состоянии, сомнений в том, что бизнес будет ведущей сферой общественного производства, нет. Переход к рыночной экономике требует радикальных преобразований структуры производства, направленных на преодоление монополизма и развития конкуренции. Решение этой задачи невозможно, как подтверждает мировой опыт, без развития предпринимательства, основанного на различных формах собственности. В Республике Казахстан интенсивно создаются все предпосылки развития предпринимательской деятельности, в частности, осуществлена большая

работа по приватизации собственности, благодаря которой создается прочная экономическая основа для развития предпринимательства, значит и общества в целом. Страна процветает благодаря предпринимателям, а предприниматели – благодаря поддержке своих государств. В данной работе отражена сущность предпринимательства, его преимущества и недостатки, современное состояние и тенденции развития.

Цель данной работы – показать насколько актуально предпринимательство в рыночной экономике, рассмотреть его развитие в Республике Казахстан.

Исходя из цели работы, были поставлены следующие задачи исследования:

- выявить и сформировать предпринимательство в современной экономике;
- рассмотреть основные виды предпринимательской деятельности;
- ознакомиться с современным состоянием предпринимательства в РК;
- рассмотреть малое предпринимательство на примере Южно-Казахстанской области.

Предметом исследования является предпринимательство, а объектом – предприятия малого и среднего бизнеса.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

История предпринимательства начинается уже со средних веков. Уже в то время купцы, торговцы, ремесленники представляли собой начинающих предпринимателей. История развития предпринимательства является одновременно историей развития отношений обмена, общественного разделения труда и в целом рыночных отношений. Все эти проблемы неразрывно связаны, более того, одна становится условием развития другой, развитие одной означает развитие других. В соответствии с конституционным положением: «Каждый имеет право на свободу предпринимательской деятельности, свободное использование своего имущества для любой законной предпринимательской деятельности» [1]. Предпринимательство (бизнес) характеризует деловые отношения между людьми, а конкретнее, между участниками дела. Человек, который занимается каким-то делом, является деловым человеком, бизнесменом. Под делом понимается не всякое дело, чем может заниматься человек, а его экономическая деятельность. Становление малого бизнеса в Республике с первых дней экономических реформ является одним из приоритетов экономической политики государства. Предпринимательский класс выступает неотъемлемым атрибутом рыночной экономики, самостоятельным субъектом экономических отношений. Большая часть предпринимателей относится к так называемому среднему классу, который обеспечивает устойчивость не только экономики государства,

базирующейся на рыночной системе хозяйствования, но и оказывает влияние на политические процессы в обществе, не допуская отхода от либеральных и рыночных ценностей [2]. В Казахстане переход к рынку произошел спонтанно, без подготовки. В той сложной и критической обстановке, имевших место в начале 90-х годов в Казахстане, когда остановились крупные предприятия, и сотни тысяч людей потеряли работу, естественным решением руководства страны было введение либерализации цен.

Для успешного развития малого бизнеса в Республике Казахстан была сформирована система государственной поддержки, которая состоит из следующих элементов:

- законы, нормативно-правовые акты, программы, направленные на поддержку субъектов малого предпринимательства;
- государственные институциональные структуры, призванные эффективно управлять и реализовывать государственную политику по развитию малого бизнеса;
- государственная инфраструктура регулирования малого бизнеса, состоящая из коммерческих и некоммерческих организаций по поддержке предприятий малого бизнеса.

Малые предприятия, деятельность которых не требует крупных стартовых вложений и обеспечивает высокую оборачиваемость ресурсов, способны более эффективно и быстро способствовать реструктуризации национальной экономики, формирования и расширения рынка потребительских товаров (услуг) при ограниченных ресурсах. Субъекты малого бизнеса оперативно реагируют на колебания потребительского спроса, обеспечивая тем самым необходимое равновесие на рынке и формируя конкурентную среду. Динамичное развитие малого предпринимательства способствует созданию новых рабочих мест, решая проблему занятости населения.

Для малого предприятия характерны следующие черты:

- юридическая самостоятельность;
- управление предприятием владельцем капитала;
- небольшая величина стартового капитала;
- численность персонала до 25 человек способствует установлению эффективных коммуникаций.

В силу своей природы малые предприятия отличаются особенностями в управлении:

- высокий уровень персонализации управления, т.к. владелец бизнеса распоряжается ресурсами и полномочиями по своему усмотрению, что ставит бизнес в зависимость от его организаторских способностей;
- отсутствие стратегического планирования и управления. Собственник бизнеса должен постоянно заниматься решением текущих проблем, поэтому

он не имеет возможности составлять и реализовывать среднесрочные и долгосрочные планы предприятия;

– большая зависимость от внешних факторов ведения бизнеса: кредитных организаций, государственных структур, рыночной конъюнктуры, консалтинговых компаний и др.;

– недостаток финансовых ресурсов, из-за чего большая часть созданных предприятий вынуждена закрываться в первый год.

В условиях индустриально-инновационного развития экономики перед малым бизнесом встают новые задачи.

По свидетельству английского экономиста Г. Бэннока из 70 важнейших изобретений XX в. более половины были сделаны мелкими фирмами либо самостоятельными изобретателями. Именно малыми предприятиями созданы электронные трубки для телевизоров, установки кондиционирования воздуха, электростатические копировальные машины, транзисторы, миксеры и даже реактивный двигатель, не говоря уже о таких мелочах, как шариковая авторучка, застёжка «молния», пылесосы, тостеры и многое другое. Динамичность малого бизнеса становится важным условием его развития. Когда решается проблема перевода экономики с сырьевой модели на новую – инновационную, необходимо создавать и развивать предприятия малого инновационного бизнеса. Формирование экономики знаний превращает малый бизнес в ключевой фактор трансформационных преобразований. Сегодня в Республике Казахстане создаются все условия для успешного развития малого и среднего предпринимательства [3]. Реализация целенаправленной и последовательной политики государства по поддержке малого и среднего бизнеса является одним из основных приоритетов экономического развития страны. Эффективным и действенным инструментом комплексной поддержки предпринимательства в Казахстане является программа «Дорожная карта бизнеса 2020». По данной программе предприниматели могут получить поддержку в виде субсидирования ставки вознаграждения по кредиту, частичного гарантирования кредитов, обучения, сервисной поддержки ведения бизнеса, зарубежных стажировок. Программа «Дорожная карта бизнеса 2020» разработана в качестве механизма реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010–2014 годы. На основании постановления Правительства Республики Казахстан от 26 апреля 1997 г. № 665 «О создании Фонда развития малого предпринимательства» был образован Фонд «Даму». На современном этапе развития предпринимательства ФРП «Даму» является основной структурой, которая осуществляет государственную поддержку предпринимательства в Республике Казахстан через управление активами, выделяемыми государством на развитие предпринимательства,

разработку и реализацию решений по финансированию и кредитованию предпринимательства, а также через оказание информационно-аналитической и консалтинговой помощи бизнес-структурам.

Соответственно все программы государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Казахстане разработаны и реализуются в рамках деятельности ФРП «Даму»:

- Программа обусловленного размещения средств в БВУ для последующего кредитования МКО;
- Программы обусловленного размещения средств в БВУ для последующего кредитования СМСП;
- Программа финансирования СМСП за счёт займа Азиатского Банка Развития (I -транш);
- Программа финансирования субъектов частного предпринимательства, занятых в сфере услуг (сервиса) в г. Астана и г. Алматы;
- Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства;
- Программа обусловленного размещения средств в БВУ и иных финансовых организациях для последующего кредитования СЧП г. Жанаозен;
- Программа финансирования региональных приоритетных проектов СМСП «Даму регионы III»;
- Программа «Даму-Көмек» для помощи инвалидам-предпринимателям;
- Программа «Даму-Өндіріс» для поддержки субъектов частного предпринимательства, занятых в сфере обрабатывающей промышленности;
- Программа финансирования лизинговых сделок СМСП, занятых в сфере обрабатывающей промышленности через БВУ и Лизинговые компании;
- Программа обусловленного размещения средств в БВУ для последующего микро-кредитования женского предпринимательства;
- Программа регионального финансирования СМСП;
- Центры компетенции предпринимателей;
- Программа финансирования проектов СМСП в малых городах;
- Программа финансирования СМСП за счёт займа Азиатского Банка Развития (I -транш);
- Программа финансирования субъектов частного предпринимательства, занятых в сфере услуг (сервиса) в г. Астана и г. Алматы;
- Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства;
- Программа обусловленного размещения средств в БВУ и иных финансовых организациях для последующего кредитования СЧП г. Жанаозен;

– Программа финансирования региональных приоритетных проектов СМСП «Даму регионы III»;

– Программа развития моногородов на 2012–2020 годы.

Главным критерием на основе которого предприятие относят к субъекту малого предпринимательства является средняя численность работников взятая за определенный период отчетного времени. Кроме этого могут учитываться такие показатели как размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). Согласно данным Мирового банка, насчитывается около 50 показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства, однако во всех развитых странах главным критерием является численность работающих.

У нас в Казахстане действуют следующие нормы:

- Малые субъекты предпринимательства имеют численность работающих до 50 человек и среднегодовую стоимость активов до 500 тыс. долларов США;
- Средние субъекты предпринимательства имеют численность работающих до 250 человек или среднегодовую стоимость активов до 3 млн. долларов США;
- Крупные субъекты предпринимательства имеют численность работающих от 250 человек или среднегодовую стоимость активов от 3 млн. долларов США;

Такое разделение, вполне укладывается в принятые международные нормы с поправкой на наших экономические реалии. К примеру, в США (лидер по развитию малого и среднего бизнеса), к категории малого и среднего предпринимательства относятся субъекты, на которых работает не более 500 человек.

Все малые и средние предприятия подразделяются на 3 категории:

- 1) Микропредприятия – фирмы с количеством работников до 20 человек;
- 2) Малые предприятия – от 20 до 100 человек;
- 3) Средние предприятия – от 100 до 499 человек. Значение малого и среднего предпринимательства в экономике крупных мировых держав огромно, именно оно является основой для формирования среднего класса который всегда был базой для стабильного экономического и социального развития [4].

Достаточно сказать, что в европейских странах малый бизнес производит до 70 % ВВП и создает от 50 до 60 % рабочих мест, на тысячу европейцев приходится от 30 до 35 малых предприятий. В США малый бизнес начал развиваться в эпоху Великой Депрессии, это развитие в немалой степени способствовало преодолению острого экономического кризиса. В Испании в 70-е годы начал формироваться, малый бизнес практически спас страну

от безработицы и способствовал общему подъему экономики. Более 50 % вновь создаваемых рабочих мест во Франции приходится именно, на долю малого бизнеса. Как видим развитие малого предпринимательства играет огромную роль в стабильном экономическом развитии государства. В 2013 году Казахстан занял 49 место по сравнению с 56 местом в 2012 году, то есть буквально за один год наша страна поднялась сразу на 7 позиций. Для сравнения в 2007 году мы занимали 80 место, в 2010 году 63. Анализ показывает, что по 7 из 10 основных индикаторов условий для ведения и создания предприятий малого и среднего бизнеса, Казахстан опережает средний показатель по региону Восточной Европы и Центральной Азии. Прогресс идет быстрыми темпами, и условия ведения бизнеса в Казахстане улучшаются с каждым годом. Понятно, что многим хотелось бы ещё быстрых перемен и улучшений, но развитие и эволюция имеют свои законы. Довольно важным аспектом развития малого бизнеса является благоприятный налоговый климат Казахстана (13-е место), на фоне других постсоветских стран он является гораздо более мягким и щадящим. В качестве примера, ставка НДС в России составляет – 18 % (при этом там тоже часто говорят, о либеральном налогообложении), в Белоруссии – 20 %, в Благоприятный налоговый климат имеет огромное значение в условиях вхождения в Таможенный союз и создание единого экономического пространства. Ещё один показательный пример относительно низкая процентная ставка на прибыль предприятий среднего бизнеса, у нас она составляет 28,6 %, в тоже время во многих странах ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), этот показатель равняется 42,7 %. Реформы проводимые нашим Правительством и направленные на улучшение бизнес-климата в Казахстане, не остаются незамеченными и получают заслуженное одобрение среди мировых экспертных организаций. По данным всё того же отчета «Doing Business» 2013 года Казахстан вошел в 10 стран, которые провели наибольшее число реформ для облегчения ведения бизнеса. Необходимо сказать, что в условиях острой внутренней и внешней конкуренции эффективное развитие малого и среднего бизнеса практически невозможно без государственной поддержки. Много работы проводится по этой линии и у нас в Казахстане. В 1997 году был создан Фонд развития предпринимательства «Даму» [7]. Основной задачей его создания была эффективная реализация государственных программ поддержки малого и среднего предпринимательства в Казахстане. В 2011 году при Министерстве экономического развития и торговли Республики Казахстан, был создан Комитет развития предпринимательства. За годы деятельности Фонда «Даму» было реализовано немало программ помощи предпринимателям. В настоящее время Фондом реализуется 15 государственных программ

непосредственной финансовой поддержки частного предпринимательства, и 11 консультативных программ направленных на обучение и подготовку предпринимателей. В качестве примера, с 2009 г. начата реализация программ повышения компетенции предпринимателей: Программа «Бизнес-Советник», начали открываться Центры поддержки предпринимательства, запущен Бизнес-портал, открыт Call-центр, готовятся информационно-аналитические материалы. В целях реализации послания Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана от 01.02.2010 г. и Стратегического плана развития Казахстана до 2020 года, была разработана комплексная Программа развития предпринимательства «Дорожная карта бизнеса 2020» [8]. Основной целью программы является обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства в несырьевых секторах экономики страны, а также сохранение действующих и создание новых постоянных рабочих мест. Реализация программы осуществляется по четырем направлениям:

- 1) Поддержка новых бизнес-инициатив.
- 2) Оздоровление предпринимательского сектора.
- 3) Снижение валютных рисков для предпринимателей.
- 4) Усиление предпринимательского потенциала.

В Казахстане проводится серьезная работа по созданию эффективных инструментов поддержки малого и среднего предпринимательства, уже сегодня она даёт свои результаты, и обязательно станет залогом дальнейшего успешного социально-экономического развития нашей страны. Малый и средний бизнес не только выполняет огромную социальную роль, поддерживая экономическую активность большей части населения, но и обеспечивает значительные налоговые поступления в бюджет. В нынешней непростой ситуации именно МСБ может выступить в качестве стабилизатора, а потому вправе рассчитывать на соответствующее внимание общества и государства [9]. Мировой опыт показывает, что если государство хочет развиваться динамично и устойчиво, то его социально-экономические программы должны обязательно включать меры по стимулированию малого и среднего бизнеса. На сегодняшний день в развитых странах мира на долю МСБ приходится от 40 % до 90 % объема внутреннего валового продукта (ВВП). А потому вполне естественно, что правительства этих государств уделяют первостепенное внимание поддержке данного сектора. «Казахстан поставил перед собой масштабную цель – войти в тридцатку наиболее развитых экономик мира. В Казахстане развитию малого предпринимательства отводится особая роль. Озвучивая содержание Стратегии «Казахстан-2050» Глава нашего государства Нурсултан Назарбаев заявил: «Отечественное предпринимательство является движущей силой

нового экономического курса. Доля малого и среднего бизнеса в экономике должна к 2030 году вырасти по крайней мере вдвое. Во-первых, мы должны создать условия, чтобы человек смог попробовать себя в бизнесе, стать полноценным участником проводимых в стране экономических преобразований, а не ждать, что государство решит за него все проблемы. Важно поднять общий уровень деловой культуры и стимулировать предпринимательскую инициативу» [10]. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства растет в нашей стране год от года. Об этом лучше всего свидетельствуют статистические данные. На основе полученных данных каждой стране присваивается определенный рейтинг.

ВЫВОДЫ

Сильная экономика – это сильное предпринимательство, высокая конкурентоспособность отечественных предприятий. Поддержка отечественного бизнеса обозначена мной как второе по важности направление нового политического курса», – сказал Президент Казахстана. В этой связи Глава государства подчеркнул, что данный вектор долгосрочных действий включает ряд системных задач: «Во-первых, казахстанское предпринимательство должно стать движущей силой национальной экономики. Долю малого и среднего бизнеса необходимо увеличить, как минимум, вдвое. Во-вторых, поставлена масштабная задача провести вторую волну приватизации. Её субъектами должны стать дееспособные и эффективные казахстанские предприниматели. В-третьих, надо оперативно выработать и реализовать меры, которые будут стимулировать ускоренный переход мелких предприятий и индивидуальных предпринимателей в разряд средних. В-четвертых, важно создавать условия для кооперации бизнеса, особенно на региональном уровне. Следует также обсудить проект модели обязательного участия предпринимателей в Национальной палате предпринимателей. В-пятых, новому политическому курсу должны соответствовать новые принципы участия государства в вопросах регулирования экономической деятельности. В том числе речь идёт о качественном уровне государственной поддержки предпринимателей». Повышение конкурентоспособности страны становится особенно актуальным в свете вступления Казахстана в Единое Экономическое Пространство и Всемирную Торговую Организацию. Президент Казахстана отметил, что государству также необходимо осуществить ряд принципиальных изменений в своей работе. В частности, нужно принять важные институциональные решения и продолжить работу по совершенствованию налогового и таможенного администрирования. Экономическая свобода одинаково важна как для предпринимателя, бизнесмена, так и для потребителя, ибо она

создает среду для творческой деятельности личности. Многочисленность предпринимателей заметно активизирует в национальном хозяйстве соперничество и конкуренцию, выступает известным гарантом сдерживания монополистических тенденций, инфляционных процессов, роста безработицы. Хозяйственная маневренность, гибкость принятия решений, территориально-пространственная мобильность, – все эти черты присущи современному предпринимательству.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Конституция Республики Казахстан от 30 августа 1995 года (с последующими изменениями и дополнениями по состоянию на 02.02.2011 г.) // Информационная система Параграф, [Электронный ресурс]. – online.zakon.kz.
- 2 Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть) от 27 декабря 1994 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2016 г.) // Информационная система Параграф, [Электронный ресурс]. – online.zakon.kz.
- 3 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 г. // Информационная система Параграф, [Электронный ресурс]. – online.zakon.kz.
- 4 Закон Республики Казахстан от 31 марта 1998 г. «О крестьянском или фермерском хозяйстве» (с последующими изменениями и дополнениями на 07.11.2014) // Информационная система Параграф, 11.01.2016.
- 5 **Абилова, А.** Индивидуальный предприниматель и налоговые органы. – Алматы, 2015.
- 6 Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 10.02.2017 г.) // Информационная система «Параграф».
- 7 Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Казахстане. Опыт Фонда «Даму». – Астана, 2014. // [Электронный ресурс]. – www.damu.kz.
- 8 **Сошникова, Т. А.** Защита конституционных прав предпринимателей через систему социального партнерства // Адвокат. – 2011. – № 12. – С. 5–8.
- 9 Закон Республики Казахстан от 28 декабря 2004 года № 23-III «О международном арбитраже» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.07.2014 г.) // Информационная система «Параграф».
- 10 Послание Президента Республики Казахстан – Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // [Электронный ресурс]. – <http://akorda.kz/>.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

T. Э. Воронова¹, К. Ж. Калимуллина², Р. Г. Калимуллин³

Қазақстандағы шағын кәсіпкерліктің дамуы

^{1,2,3}Мемлекеттік басқару бизнес және құқық факультеті,
С. Торайғырова атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

T. E. Voronova¹, K. Zh. Kalimullina², R. G. Kalimullin³

Small business development in Kazakhstan

^{1,2,3}Faculty of Public Administration, Business and Law,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Ғылыми мақалада Қазақстанның әлеуметтік мемлекет ретінде дамуында кәсіпкерліктің жинақталған тәжірибесі, проблемалары мен перспективалары қарастырылады, осы ұғымға нақты сипаттама беріледі, білім беру саласындағы конституциялық – құқықтық реттеудің мәселелері талданады.

The scientific article deals with the accumulated experience, problems and prospects of entrepreneurship development in Kazakhstan, its history, formation as a social state, gives an essential characteristic of this concept, analyzes the issues of constitutional and legal regulation in the field of business.

ГРНТИ 14.35.07

О. Б. Дубовицкая

магистр юридических наук, ст. преподаватель, Факультет государственного управления, бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: o.b.d.1970@mail.ru

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УНИВЕРСИТЕТЫ:
СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
В КАЗАХСТАНЕ**

Статья посвящена теоретическому исследованию концепции предпринимательского университета и ее практической применимости в системе высшего образования Республики Казахстан. Приводятся некоторые существенные и функциональные характеристики феномена «предпринимательский университет», рассматриваемые в мировой научной литературе.

Также в статье рассматриваются необходимость, условия, проблемы, а также первые шаги формирования предпринимательских университетов в Казахстане и их участия в модели «тройной спирали» – «государство, бизнес и образование».

Ключевые слова: Республика Казахстан, предпринимательство, предпринимательский университет, модель «тройной спирали», высшее образование, инновации, инновационная инфраструктура, академическое предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

Определяя сущность предпринимательского университета многие авторы связывают это понятие с концепцией «тройной спирали» известного ученого Г. Ицковица. Смысл концепции состоит в том, что три составляющие нашей экономики – вузы, бизнес и государство – работают в единой связке и обеспечивают внедрение инноваций и экономический рост.

Предпринимательский университет исполняет заказы для представителей бизнеса, развивая инновационную экономику, одновременно происходит коммерциализация интеллектуальной собственности, вследствие чего университет становится менее зависимым от государства. Решается кадровая проблема для компаний. А создание совместных с вузом малых предприятий, выполнение перспективных для внедрения научно-исследовательских

проектов помогает студентам на практике применить полученные знания и участвовать в формировании предпринимательской креативной корпоративной культуры.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

С развитием общества, естественно, меняется и отношение людей к его основным институтам. Если же говорить о системе образования, то здесь следует отметить, что в целом она весьма консервативна, а ее подсистема – университеты – особенно. Это можно объяснить многими причинами, главная из которых заключается в привычке людей воспроизводить тот способ передачи знаний, посредством которого получили знания они сами.

Со времени создания В. Гумбольдтом современной модели университета его основными функциями считались генерация и распространение знаний. В тоже время нельзя не отметить, что характер знаний, востребованных обществом, постепенно менялся: индустриальная эпоха закончилась, и человечество шагнуло в «общество знания», когда генерация знания перестает быть занятием исключительно ученых: социальное знание рождается, например, в бизнесе, в процессе осмысления поведения потребителей. Это в свою очередь требует переосмысления того, какие именно знания должен генерировать и распространять университет. Изменение природы этого знания, в свою очередь, требует анализа и переосмысления методов его распространения [1, с. 14].

Как известно, к концу индустриальной эпохи сформировались понятия интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала. При переходе к новой экономике, в которой знание становится главным источником конкурентных преимуществ и двигателем развития экономики, вполне естественно возникает проблема – как долго будет сохраняться ситуация, при которой обладатели финансового капитала получают львиную долю прибыли, порожденной применением знаний, к генерации которых они не имеют непосредственного отношения? А это в свою очередь порождает стремление ученых расширить понятие капитала, добавив к финансовой и интеллектуальной форме капитала понятие «социальный капитал».

Еще одна область изменений, которые напрямую касаются деятельности университетов, связана со взаимоотношениями между культурами. Так, например, в начале 1960-х гг. широкую дискуссию практически во всех развитых странах породила публикация доклада Ч. П. Сноу «Две культуры», в котором подчеркивалась опасность взаимной неприязни представителей гуманитарной и естественнонаучной культур, то теперь возникает потребность в работе, которую можно было бы назвать «три культуры». Следует отметить, что к описанному Сноу противостоянию между гуманитарной и

естественнонаучной культурами добавилось враждебное непонимание их представителями сформировавшейся бизнес-культуры [2, с. 12].

Однако текущий системный кризис мировой экономики, который характеризуется глубокими переменами, вызванными появлением новых технологий, изменений спроса на товары и высокой неопределенностью, породил потребность в создании новой инновационной структуры экономики и диктует необходимость сокращения или полного устранения противостояния между академической средой и бизнесом.

Членство Казахстана в ЕАЭС и ВТО, а также план по вхождению в 30 самых развитых стран мира – все это ставит перед страной задачу развития предпринимательского образования.

В новых условиях общество, бизнес и государство ожидают от университетов не только понимания новых реалий, но и активного участия в борьбе за рост эффективности на основе инновационного развития. Этот весьма болезненный для университетов, т.к. характеризуется сокращением государственных расходов на образование в структуре расходов на социальную сферу (например, в ВУЗах Великобритании бюджет ВУЗов сокращен на 20–25 %). По данным исследований Европейской Ассоциации университетов сокращение расходов государств на сферу высшего образования в расчете на одного студента происходит повсеместно, а приоритет ЕС в модернизации высшего образования заключается в развитии процессов диверсификации финансирования высшего образования, а значит – и университетов [1, с. 15].

Жизненные для академической среды перемены, когда ее устойчивое развитие не может уже зависеть только от государственной поддержки и увеличения числа студентов, привели к появлению предпринимательских университетов.

В теории выделяют три основные миссии современного университета. Во-первых, создание нового знания, во-вторых, трансляция этого знания в процессе обучения, и, в-третьих, передача разработанного внутри вуза интеллектуального «продукта» в реальную экономику. Проявление так называемой «третьей (или предпринимательской) миссии» университетов – их способность обеспечить применение новых знаний во внешней среде и содействовать социально-экономическому развитию, реализуется через инновационную и предпринимательскую деятельность [3].

Понятие «предпринимательский университет» используется во множестве работ, опубликованных с середины 1990-х годов. Однако четкое определение этого понятия до сих пор отсутствует. Как отмечает Б. Кларк, один из самых известных разработчиков рассматриваемой концепции, «предпринимательский университет – это вуз, готовый «к принятию рисков при освоении новых практик, результат которых неясен» [4, с. 8].

По мнению Г. Н. Константинова и С. Р. Филоновича, под термином «предпринимательский университет» понимают: а) или высшее учебное заведение, способное привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения своей деятельности; б) или университет, использующий инновационные методы обучения; в) или университет, тесно взаимодействующий с промышленностью, где внедряются разработки университетских ученых.

Этот разнородный затрудняет идентификацию понятия «предпринимательский университет» и приводит к тому, что многие университеты в целях саморекламы объявляют себя предпринимательскими [2, с. 15].

Очень часто при определении понятия «предпринимательский университет» просто перечисляются следующие требования к университетам, претендующим на то, чтобы называться таковыми: а) университет должен демонстрировать предпринимательское поведение как организация; б) члены университета – преподаватели, студенты, сотрудники – должны быть предпринимателями; в) взаимодействие между университетом и окружающей средой должно приводить к «структурному сопряжению» университета и региона.

Б. Кларк, как один из самых известных разработчиков рассматриваемой концепции, считает, что основным признаком предпринимательского университета является отсутствие боязни коммерциализировать генерирование и распространение знаний, поскольку члены такого университета не видят в коммерциализации опасности для академических традиций и качества образования. Такой подход в неявном виде предполагает диверсификацию источников финансирования университета. Кларк подчеркивает, что важным условием эффективного функционирования предпринимательского университета является стиль управления, обеспечивающий гибкость и стратегическое взаимодействие с внешней средой [4, с. 12].

Предпринимательство базируется на трех необходимых элементах: а) организационное действие; б) инициирование изменений; в) денежный доход как цель и критерий успеха.

Одну из наиболее емких формулировок предпринимательства дал профессор Гарвардской школы бизнеса Говард Стивенсон: «Предпринимательство – это поиски возможностей за пределами контролируемых на данный момент ресурсов». Это определение особенно хорошо тем, что оно не ограничено сферой бизнеса: по Стивенсону предпринимательство возможно практически во всех сферах человеческой деятельности.

В том числе на этой формулировке основывается определение предпринимательского университета, данное Г. Н. Константиновым и С. Р. Филоновичем: «Предпринимательский университет – это высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах – генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику – путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой» [1, с. 16].

При этом, как считают ученые, неправомерно преувеличивать значение какой-либо из этих сфер в ущерб другим. Такое преувеличение в долгосрочной перспективе неизбежно приведет к возникновению серьезных трудностей. Так, например, пренебрежение инновациями в образовании при концентрации на исследовательской деятельности может привести к истощению важного ресурса: сократится приток молодых талантливых исследователей, воспитанников данной научной школы. А избыточный акцент на преподавании в ущерб исследованиям приводит к снижению квалификации преподавателей. Отсутствие постоянного контакта с практикой связано с риском «схоластизации» исследований, превращения их в самоцель. Последствия отсутствия связи с практикой преподавания весьма очевидны.

Говоря об инновационном университете предпринимательского типа, следует отметить, что он выполняет ряд важнейших функций, а это в свою очередь определяет его ключевую специфику:

1) подготовка разного рода групп производителей инноваций в разных сферах – в экономике, управлении, финансах, социальной сфере, в образовании, в культуре, в технологиях. Именно подготовка целого класса инноваторов, обладающих инновационным предпринимательским мышлением будет задавать новый тип будущей экономики – экономики инноваций;

2) производство знаний и компетенций как инструментов по выстраиванию предпринимательской активности. Производство профессиональных наборов инструментов, с помощью которых предприниматель сможет выстраивать новые схемы взаимодействия, в том числе и ведение бизнеса, организацию и управление, выстраивание социальных коммуникаций и прочее;

3) включение в программы развития в качестве одного из их разработчиков и реализаторов (в зависимости от масштабов самоопределения университет-предприниматель реализует мировые, национальные и региональные программы развития);

4) разработка и реализация новых технологий подготовки профессионалов, техники, методик обучения;

5) существование в качестве одного из ключевых узлов в региональных и национальных образовательных инфраструктурах, входя в них с особой функцией (в связках с технопарками, НИИ, бизнес структурами, и др.) и реализуя модель «тройной спирали» [2, с. 18].

Нашумевшая концепция «тройной спирали» (далее – ТС) известного ученого Генри Ицковица ставит именно вузы на первое место в деле формирования и внедрения новых идей и технологий. Причем локомотивом развития экономики Ицковиц в своей книге «Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии» называет «предпринимательский университет» – это, по его мнению, ключ к подъему промышленности, созданию новых производств и рабочих мест, экономической стабильности [5].

Высшая школа Республики Казахстан переживает очередной этап реформирования. В Республике реализуется «Государственная программа развития образования на 2011–2020 годы», направленная на повышение конкурентоспособности образования, развитие человеческого капитала путем обеспечения доступности качественного образования для устойчивого роста экономики [6]. Однако мировой опыт развития инновационного предпринимательства практически не применяется в казахстанской практике, поэтому действующий до сих пор в системе высшего образования Казахстана старый советский лозунг «Образование – Наука – Инновации» требует замены на «Образование – Предпринимательство – Наука – Инновации». Только в этом случае конечной целью и ориентиром этого непростого предпринимательно-инновационного этапа развития казахстанской экономики и мог бы стать объявленный Президентом Казахстана Назарбаевым Н. А. критерий = 60 % ВВП, производимый малым и средним бизнесом для обеспечения устойчивости страны.

Однако следует отметить, что предпринимательские университеты – это не только поставки технологий, решений, сервисов в инновационную систему страны, которые активно взаимодействуют с институтами развития, государственными корпорациями и компаниями. В их стенах готовятся кадры, необходимые для инновационного развития экономики и социальной сферы – инженерные, управленческие, предпринимательские.

По мнению Р. Schylte [7] предпринимательский университет ставит перед собой две задачи: а) выступать предпринимательским учреждением, организуя бизнес-инкубаторы, технологические парки, вовлекая в эту деятельность студентов и выпускников, помогая им тем самым основать собственные компании; б) предлагать и осуществлять программы предпринимательства для того, чтобы готовить людей, стремящихся основать собственный бизнес, и развивать предпринимательское мышление у студентов, обучающихся по другим специальностям.

Главное отличие предпринимательского университета от обычного – это большой удельный вес исследовательского бюджета в общих доходах университета. Университет должен зарабатывать на науке, формируя критическую массу интеллектуальной собственности, т.е. патенты, знания и разработки, что позволяет говорить о наличии предпринимательской функции.

В новой Стратегии «Казахстан – 2050» Глава государства Н. А. Назарбаев большое внимание уделил развитию науки. Здесь два главных вектора – во-первых, поднять качество исследований до международного уровня, а, во-вторых, напрямую подключить науку к экономике и инновациям. Начато стимулирование публикаций наших ученых в зарубежных рейтинговых журналах. Развивается и прямое взаимодействие с зарубежной наукой – совместные публикации, в том числе с учеными США, Великобритании, Германии и других развитых стран. Следует также отметить, что в 2,5 раза – с 20 млрд. тенге в 2010 г. до 48 млрд. в 2012 г. возрос объем финансирования, а доля казахстанских вузов в выполнении научных проектов за этот период возросла с 33 % до 57 % [1, с. 18].

Как результат стратегического партнёрства университетов с промышленными предприятиями на базе высших учебных заведений стали создаваться университетские технопарки. К основным задачам таких технопарков можно отнести коммерциализация имеющихся научных разработок, стимулирование научной деятельности преподавателей и сотрудников вуза, а также применение научного потенциала вуза для решения практических задач.

Функция перераспределения потенциальных экономических и социальных благ от создаваемых технопарков по регионам выполняют сетевые технопарки. Благодаря сетевой структуре у технопарка увеличиваются возможности, расширяется спектр предоставляемых им услуг, улучшаются значения показателей эффективности его деятельности. Кроме того, благодаря сетевой структуре технопарк получает возможность обеспечить своё физическое присутствие в значимых для развития технопарка крупных городах.

В отличие от технопарков деятельность коворкинг-центров смещена от создания инфраструктуры в её физическом воплощении в сторону создания коммуникаций и работы с профессиональными сообществами. Подобные центры предоставляют научно-исследовательским организациям услуги по-деловому и информационному сопровождению бизнеса, создают благоприятную среду для обмена информацией между субъектами инновационной деятельности.

Наряду с традиционными типами научно-исследовательских центров стали формироваться «гибридные» формы, которые создаются для сокращения разрыва между результатами традиционных фундаментальных

исследований, проводимых в университетах, и потребностями промышленных компаний. Особый интерес представляет такая форма интеграции науки и материального производства, как «научные парки», распространённые в США и Западной Европе, и «технополисы» в Японии.

В Казахстане модели тройной спирали присуща определённая специфика, которая заключается в том, что основной объём научных исследований фундаментального характера приходится не на университеты, как в большинстве стран мира, а на исследовательские институты. Университеты осуществляют подготовку кадров, в том числе и высшей квалификации, при достаточно слабой научной базе. Здесь может возникнуть логический вопрос: почему именно университеты, а не научно-исследовательские центры? Можно это пояснить тем, что в вузах ежегодно появляется новый поток студентов, генерирующих большой объём новых идей, тогда как в центрах по 20–30 лет работают опытные, но менее креативные и гибкие сотрудники.

Для реализации механизма тройной спирали необходимо сформировать научно-исследовательскую инфраструктуру. И с этим могут возникнуть определённые проблемы, так как на формировании инфраструктуры вокруг университетов будет сказываться недостаток научного потенциала, а в случае создания её при научных организациях – нехватка молодых кадров.

В этом направлении сегодня в Казахстане уже делаются некоторые шаги. Разработкой основных подходов к трансформации казахстанских вузов в предпринимательские университеты активно занимаются такие вузы, как Назарбаев университет, Алматы Менеджмент Университет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, Таразский инновационный гуманитарный университет, Южно-Казахстанский государственный университет, Карагандинский государственный технический университет имени Букетова, Костанайский инженерно-экономический университет имени М. Дулатова.

Ещё одна проблема, которую необходимо решить, – это востребованность научных результатов, их превращение в современные технологии и конкурентоспособные товары. Сегодня доля казахстанской наукоёмкой продукции на мировом рынке практически равна нулю. В то время как данный показатель эффективности научно-технической и инновационной деятельности в странах Европейского союза составляет 35 %, США – 25 %, Японии – 11 %, Сингапуре – 7 %, Южной Корее – 4 %, Китае – 2 %. Причиной такого положения является отсутствие заинтересованности бизнеса в развитии и внедрении результатов отечественной науки в производство [8].

В связи с этим необходима ориентация научных исследований на потребности экономики, а также выработка эффективных механизмов коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности,

развитие бизнеса в сфере научно-инновационной деятельности, производства и выпуска конкурентоспособной высокотехнологичной продукции, укрепление кадрового потенциала науки.

Ещё один важный институт в тройной спирали – это бизнес, представляющий собой неотъемлемый компонент инновационного процесса в современной экономике. Пока ещё инновационная активность отечественных предприятий по сравнению с технологически развитыми странами находится на низком уровне. По данным Агентства РК по статистике – менее 5 %. Количество предприятий, имеющих инновации, составляет не более 400 единиц. Для перехода на инновационный путь развития необходимы инновационные предприниматели, которые при поддержке государства смогут обеспечить производство и распространение инноваций.

Необходимо продумать механизмы взаимодействия бизнеса и науки, механизмы коммерциализации знаний, включая их трансферт в новые области применения. Например, в развитых странах общей тенденцией является достижение высокого уровня финансирования инноваций частным сектором экономики. В странах-лидерах, например, в США, частный сектор обеспечивает до 75 % расходов на исследования и разработки, а на долю 100 крупнейших международных корпораций приходится 90 % этой суммы.

Можно резюмировать, что на современном этапе развития в Казахстане существуют и развиваются только «двойные», а не «тройные спирали» отношений. Складываются следующие виды таких видимых парных связей: 1) государство – сырьевые отрасли промышленности. Имея высокие доходы, данные отрасли конкурируют на международных рынках; 2) государство – остальной бизнес. Те предприятия, которые в состоянии выйти на инновационный рынок для создания импортозамещающей продукции, предъявляют спрос преимущественно на импортное оборудование; 3) наука – бизнес. Это взаимодействие пока ещё остаётся недостаточно развитым [8].

Поэтому не последняя роль в переходе от двойных спиралей к тройной принадлежит университетам через реализацию их предпринимательского потенциала.

В образовательной политике Казахстана официальный статус и соответствующую институциональную поддержку в первую очередь получила организационная форма исследовательского университета. Это связано с тем, что в современных условиях рискованно строить стратегию университета на основе долгосрочного взаимодействия с бизнесом. Есть лишь небольшой сегмент (IT-технологии, добыча нефти и газа), где крупный бизнес проявляет заинтересованность в прочных связях с вузами. В то же время, опираясь на долгосрочную государственную поддержку, исследовательские

университеты могут параллельно развивать элементы предпринимчивости в научной и образовательной сферах. Предпринимательский университет является следующим эволюционным шагом развития исследовательского университета, составляя новый баланс между наукой, образованием и инновациями.

При этом трансформация университета в предпринимательский университет невозможна, если инициатива будет исходить только от государства или других внешних контрагентов. Следовательно, необходимо формирование инновационной среды и предпринимательской культуры в самой организации. Активная работа подразделений и работников университета по поиску задач и созданию новых решений, имеющих практическую значимость для соответствующих рынков – это и есть проявление предпринимчивости. Задача самого университета заключается в поддержке творческих инициатив людей, способных реализовать инновационные проекты, создании условий для разработки новых продуктов и технологий, внедрении прикладных решений, применяемых в экономике, в конкретных компаниях и предприятиях [3].

ВЫВОДЫ

Предпосылками для предпринимательской трансформации университета являются: 1) административное ядро, включающее центральные управленческие группы и университетские отделения; 2) расширенная периферия развития (наличие технопарков, исследовательских центров, лабораторий, готовых установить связи с внешними факторами); 3) диверсифицированная база финансирования (расширение спектра источников пополнения бюджета); 4) стимулируемые академические структуры (их потенциал выступает гарантией устойчивого развития образования и науки); 5) интегрированная предпринимательская культура (восприятие руководством и ведущими профессорами инноваций как неотъемлемого условия успешного и устойчивого развития университета).

Таким образом, на наш взгляд, очевидно, что для успешной реализации модели предпринимательского университета, на уровне университета необходимо: а) развитие предпринимательской культуры в университете; б) его сотрудничество и кооперация со стратегическими партнерами; в) проведение исследований по методам управления инновационной инфраструктурой.

На макроуровне, со стороны государства необходимо: а) развитие казахстанской модели предпринимательского университета, характерной для специфики страны, т.е. казахстанских региональных, правовых, институциональных и политических условий; б) развитие эффективных

механизмов сотрудничества между университетами, корпорациями и государственными учреждениями; в) поддержка университетов, развивающихся по модели предпринимательского университета, путем предоставления ресурсов, грантов и других финансовых инструментов; г) создание нормативно-правовой базы и механизмов для обеспечения успешного развития по модели предпринимательского университета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Степаницкая, О. А.** Предпринимательские университеты : необходимость и условия их формирования в Республике Казахстан // [Электронный ресурс]. – http://epa.oszk.hu/02700/02750/00035/pdf/EPA02750_tudasmenedzsment_2014_01_ksz_014-0211.pdf

2 **Константинов, Г. Н., Филонович, С. Р.** Что такое предпринимательский университет // Сибирское Сколково : тройная спираль. Сборник экспертных материалов. – Новосибирск : НГУЭУ, 2012. – С. 11–22.

3 **Новосельцев, А.** «ВШЭ по своей сути предпринимательский университет» // [Электронный ресурс]. – <http://www.hse.ru/news/49707432.html>, 09.12.2013.

4 **Кларк, Б.** Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации. – М., НИУ ВШЭ, 2011.

5 Предпринимательский университет // [Электронный ресурс]. – <https://camonitor.kz/14039-predprinimatelskiy-universitet.html>.

6 Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы.

7 **Schulte, P.** The entrepreneurial university : a strategy for institutional development // Higher education in Europe. – 2004. – V. 29. – P. 187–193.

8 **Омурзаков, Т.** «Сегодня доля казахстанской наукоёмкой продукции на мировом рынке практически равна нулю» // Мегapolis [Электронный ресурс]. – http://www.megapolis.kz/art/Тройнауа_spiral.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

О. Б. Дубовицкая

Кәсіпкерлік университеттер: Қазақстандағы дамудың мәні мен болашағы

Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

O. B. Dubovitskaya

Entrepreneurial universities: gist and development trends in Kazakhstan

Faculty of Public Administration, Business and Law,

S. Toraighyrov Pavlodar State University,

Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Мақала кәсіпкерлік университеттің тұжырымдамасын теориялық зерттеуге және оның Қазақстан Республикасының жоғары білім беру жүйесінде практикалық қолдануға арналған. Дүниежүзілік ғылыми әдебиетте қарастырылатын «кәсіпкерлік университет» феноменінің кейбір мәндік және функционалдық сипаттамалары келтіріледі.

Сондай-ақ, мақалада Қазақстанда кәсіпкерлік университеттерді қалыптастырудың және олардың «үштік спираль» – «мемлекет, бизнес және білім» моделіне қатысуының қажеттілігі, шарттары, проблемалары, сондай-ақ алғашқы қадамдары қарастырылады.

This paper deals with the theoretical concept of entrepreneurial university and its practical applicability in the higher education system of the Republic of Kazakhstan. Some of the essential functional characteristics of the phenomenon of entrepreneurial university using in the international scientific literature are described. Relevance, conditions, problems, as well as the first steps of forming entrepreneurial universities in Kazakhstan and their participation in the model of «triple helix» – «government, business and education» are investigated.

ГРНТИ 14.35.17

Д. Д. Есимова¹, Г. С. Ажаев², Ю. О. Сысоева³

¹к.п.н., доцент, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.г.-м.н., доцент, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³магистрант, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹dika-73@mail.ru; ²agalymbek@mail.ru; ³syssoyevayu@gmail.com

**ИНТЕГРАЦИЯ НАУКИ, ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕСА
– КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

В статье рассмотрены вопросы интеграции науки, образования и бизнеса как основных факторов устойчивого развития Республики Казахстан. С вхождением системы образования Республики Казахстан в международное образовательное пространство появились предпосылки для введения изменений в содержании образовательных программ высших учебных заведений с направленностью на бизнес и предпринимательство. Одним из основных приоритетов обучения в условиях обновления содержания высшего образования является развитие предпринимательской грамотности студентов, использования полученных ими знаний в продвижении собственного бизнеса.

Интеграция науки, образования и бизнеса становится решающим фактором развития и роста конкурентоспособности национальной экономики. Именно степень развития наукоемких технологий в настоящее время является характеристикой научно-производственного потенциала страны и показателем уровня устойчивого развития.

Мировой опыт свидетельствует о том, что интегрированные научно-образовательные структуры, обеспечивают подготовку качественно новых специалистов, востребованных на рынке труда, а технологические изменения в производстве, основанные на

использовании новейших знаний, способствуют развитию экономики страны. Таким образом, интеграция науки, образования и бизнеса является основой инновационного развития любой страны.

В статье раскрыта роль высших учебных заведений как основных ключевых структур в развитии инвестиционных возможностей и инновационных идей, начиная от создания инкубаторов и заканчивая обеспечением самой идеи кадровыми ресурсами самих обучающихся.

Ключевые слова: интеграция, наука, образование, бизнес, предпринимательство, устойчивое развитие, предпринимательская грамотность.

ВВЕДЕНИЕ

На данный момент в Казахстане наметилась тенденция переноса акцентов на интеграцию науки, высшего образования и бизнеса. И именно вузы должны взять на себя роль ведущих научных организаций, генерирующих новые знания и новые технологии. В настоящее время на базе крупных казахстанских университетов были созданы национальные лаборатории, ведется работа по укреплению вузовского научного потенциала, началась интеграция вузовской науки с производством и бизнесом, некоторым наиболее успешным вузам присваивается статус исследовательских и так далее. Но пока этот процесс качественно неоднороден.

В мире сегодня утвердился инновационный сценарий развития общества. А это значит, что на данном этапе в мировой экономике наблюдается значительный рост наукоёмкости валового внутреннего продукта (ВВП). И именно сейчас интеграция научной, учебной и бизнес деятельности является обязательным компонентом повышения эффективности и конкурентоспособности экономики, а также одним из основополагающих принципов ее устойчивого развития.

По данным компании «Thomson Reuters», из десяти самых успешных научных центров в сфере авиакосмической и оборонной промышленности являются семь университетов. В автомобильной индустрии университеты занимают все десять лидирующих позиций среди поставщиков технологий, в биотехнологии – четыре позиции. Именно вузы занимают первые десять строк в списке разработчиков информационных технологий в сфере телекоммуникаций, пищевой промышленности, создании новых моделей бытовой техники. Исследователи высших учебных заведений также полностью доминируют среди разработчиков технологий в нефте- и газодобыче, фармацевтике, производстве медицинского оборудования и полупроводниковых материалов.

При этом большинство ведущих вузов мира в течение многих десятилетий плотно работают с крупнейшими корпорациями. Обычно

такое сотрудничество начинается с четкого формулирования имеющихся технических проблем, затем решаются вопросы научного, кадрового и финансового обеспечения. И работа, направленная на решение конкретной задачи, стимулирует возникновение того самого «инновационного конвейера», который сегодня двигает вперед ведущие экономики мира.

В условиях глобализации решение экономических проблем напрямую зависит от интеллектуального капитала и научно-образовательного потенциала государства. В этой связи необходима специальная стратегия научно-образовательной политики и её интеграции с бизнес средой. Поэтому наиболее актуальными для решения становятся такие вопросы как:

- эффективный механизм взаимодействия науки, образования и бизнеса;
- взаимовыгодное партнёрство всех членов цепочки «наука – образование – бизнес»;
- креативный подход в решении проблем, возникающих в процессе интеграции науки, образования и бизнеса.

То есть, на данном этапе важно определить механизм наиболее эффективного и рационального взаимодействия науки, образования и бизнеса, в котором ключевую позицию занимает университет, как научно-учебный центр.

Сегодня существует возрастающая необходимость преобразования университетов в ключевые центры в экономике на местном, национальном и международном уровне, чтобы они стали учреждениями, которые могли бы найти возможности для максимально эффективного использования своих ресурсов в системе «наука – образование – бизнес». Форма сотрудничества, над которой должны работать университеты, – выстраивание моста между научным миром и миром корпораций посредством обсуждения общих проблем и способов их решения.

То есть, основной миссией университетов является образование. При условии, что научно-исследовательская деятельность поддерживает эту миссию, именно уровень студентов и финансирование, которое они могут привлечь в университет, и являются тем, что обеспечивает возможность продолжения масштабных исследований и разработок. На ранней стадии инвестирования студенты формируют кадровый потенциал, которым могут воспользоваться и университетское сообщество, и потенциальные работодатели, и, все чаще, создают большее количество стартапов.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Рассмотрим мировой опыт взаимодействия науки, образования и бизнеса на примере канадского университета Уотерлу. Данное учреждение, чья деятельность связана с инженерными науками, стало магнитом для студентов и предприимчиво настроенных преподавателей, и прокладывает путь к инновациям на всем пути

от студенческих программ до вершин академической иерархии. В университете Уотерлу действует одна из самых крупных совместных образовательных программ в мире, в которой ежегодно принимает участие около двадцати тысяч студентов, работающих на оплачиваемых должностях в различных компаниях, включая международные организации. Данный опыт позволяет студентам узнать корпоративные требования, предъявляемые к выпускникам, а также дает им представление о том, каким образом управлять их собственными компаниями. Также университет имеет три подразделения, оказывающих поддержку в предпринимательской деятельности. Осуществляется работа центра по развитию идей, созданных студентами, по управлению бизнесом, проводится учебный курс, посвященный предпринимательской деятельности и технологиям, в ходе которого сорок пять процентов студентов приобретают опыт управления стартапом. Структура данного курса ориентирована в чистом виде на запуск стартапов, в отличие от традиционной программы MBA (магистр делового администрирования), предлагаемой многочисленными университетами и направленной на управление уже созданной фирмой. Курс предусматривает наставничество и доступ к финансированию, а также выработку набора навыков для запуска собственной компании. Университет также осуществляет руководство общедоступным инкубатором, «Accelerator Centre», работающим с местной экономикой в целях развития и поддержки идей, исходящих из местной среды. Возможно, самой известной частью усилий, предпринятых университетом Уотерлу в целях поддержки студенческого предпринимательства, является инкубатор «Velocity». Это инкубатор, являющийся собственностью университета, задача которого – поддержка студенческих стартапов. С момента своего открытия в 2008 году инкубатор «Velocity» собрал команды студентов и недавних выпускников из различных предметных областей, в целях разработки бизнес-идей вместе с проведением собственных исследований, а также в целях проведения два раза в год конкурса идей, где четыре или пять студенческих групп соревнуются за крупный денежный приз, который может быть направлен на создание своих собственных предприятий, наряду с организацией свободного рабочего пространства и наставничества. Инкубатор «Velocity» курировал создание 63 компаний и 341 рабочего места, и его стартапы принесли девяносто миллионов долларов внешних инвестиций [1, с. 15].

Что касается ситуации в Казахстане, то в настоящее время наблюдаются тенденции развития интеграции науки, образования и бизнеса по похожей модели. В действующем Законе Республики Казахстан «О науке» определено, что основными видами деятельности высшего учебного заведения являются, помимо образовательной, научная, научно-техническая и инновационная [2, 7]. На сегодняшний день интеграция образования, науки и производства, создание условий для коммерциализации продуктов интеллектуальной собственности

и технологий признаны задачами не менее важными, чем подготовка научных и научно-педагогических кадров. Отдельно нужно подчеркнуть, что государственная политика по поддержке вузовской науки реализуется и через создание исследовательских университетов. Одним из ярких примеров данной модели является Назарбаев Университет, открытый в 2010 году. На данный момент университет по праву считается национальным брендом отечественного высшего образования, сочетая в себе преимущества проверенной десятилетиями национальной системы образования и лучшей мировой научно-образовательной практики. Но кроме Назарбаев Университета, также есть целый ряд успешных университетов, где с 2014 года прошел процесс институционального преобразования. Ещё одним из шагов, сделанных в Казахстане в направлении интеграции науки, образования и производства является создание, начиная с 2011 года, и развитие сети офисов коммерциализации как связующего звена между инноваторами и потребителями инноваций. Офисы коммерциализации являются одним из компонентов поддержки коммерциализации и создаются совместно с научно-исследовательскими институтами, высшими учебными заведениями. Созданные офисы осуществляют следующие функции:

- определение изобретений и технологий, имеющих коммерческий потенциал – бизнес-идей;
- управление процессом коммерциализации бизнес-идей;
- содействие в определении оптимального пути на рынок: бизнес-проект внутри исследовательской организации, отделившаяся компания или продажа лицензии;
- определение и продвижение бизнес-идей в области исследовательских услуг; техническое консультирование, аналитические и экспертные услуги;
- при лицензировании поиск подходящих партнёров – покупателей лицензий и согласование лицензионных соглашений;
- работа со сторонними экспертами во всех сферах коммерциализации;
- проведение маркетинговых исследований и мероприятий в поддержку потенциальных проектов;
- определение и установление связей с потенциальными бизнес-партнёрами [3].

Следующим шагом в направлении интеграции науки, образования и бизнеса, стало создание и организация работы стартап-инкубаторов при университетах. Как только на повестке дня университетов возникли инкубаторы, они стали приобретать все большее значение в обеспечении студенческих стартапов благоприятной средой. Бизнес-инкубатор – это система, которая создаёт благоприятные условия для организации бизнеса в инновационной сфере. На сегодняшний день такие структуры успешно функционируют на базе многих вузов. Инкубатор выглядит как офисное

пространство с отдельными помещениями для встреч и образовательных мероприятий, которыми на льготных либо безвозмездных условиях могут пользоваться новаторы. Данная модель в рамках системы взаимодействия «наука – бизнес – образование» имеет широкую мировую практику.

Рассмотрим успешный международный опыт создания инкубаторов на примере «SetSquared» – инкубатор, созданный на основе нескольких британских университетов. Когда в 2013 году был опубликован индекс университетских бизнес-инкубаторов (UBI Index), инкубатором номер один в Европе в этом списке оказался «SetSquared» – это место держится второй год, и вскоре данный инкубатор попал в мировые рейтинги, став вторым инкубатором в мире. Всего лишь за десять лет своей деятельности через инкубатор «SetSquared» прошли порядка тысячи компаний, восемьдесят процентов которых имели средний коэффициент выживаемости три года, и которые в совокупности привлекли внешнее финансирование в размере полутора миллиардов долларов.

«SetSquared» работает в сотрудничестве с другими. Данный инкубатор гораздо больше, чем просто необходимая ячейка, в которой следует поставить галочку, чтобы привлечь студентов. В то время как многие университеты ищут возможности для того, чтобы поддерживать собственные отдельные инкубаторы, «SetSquared» – это результат совместных усилий британских университетов: Эксетерского университета, Университета Суррея, Саутгемптонского университета, Бристольского университета и Университета Бата. Все это дает инкубатору «SetSquared» как критическую массу, так и более широкий пул, на основании которого можно строить идеи. Сюда также входит наставничество, финансирование и ноу-хау из всех пяти университетов в едином портале, из которого все члены могут извлечь определенные выгоды. Сочетание размера, компетенции и успеха помогло навести мосты между промышленностью и наукой. Примкнув к инкубатору «SetSquared», компании могут воспользоваться талантами, стартап-компаниями и технологиями, что также дает компаниям «SetSquared» более четкий план действий на рынке и финансирование. Это также позволяет получить более выгодные предложения государственного финансирования. В прошлом году инкубатор предоставил пять миллионов долларов в целях оказания поддержки спинаут-компаниям своих пяти университетов.

Что касается других примеров, в США бизнес-инкубацией, в основном, занимаются частные компании, которые рассчитывают на прибыль, если проекты из их инкубаторов выстрелят и станут успешными. В Израиле стартаперы получают займы от государства под низкие проценты. При этом ссуду инновационные стартапы начинают выплачивать только после удачного старта на рынке. Каждый из создателей стартапа заинтересован в том, чтобы его проект стал привлекательным для инвесторов и начал приносить прибыль. В Швеции распространена концепция «внутренних» бизнес-

инкубаторов, которые создают крупные компании для стимулирования новых идей и проектов изнутри. Так они развивают предпринимательство среди сотрудников и повышают инновационную активность. В Китае инкубацию развивают как государство, так и частные компании. В каждом регионе работает по несколько десятков инкубаторов и технопарков, которые стимулируют предпринимательство среди местных жителей. Вокруг них созданы сервисные организации, которые помогают стартаперам продавать и покупать технологии, защищать интеллектуальную собственность [4].

Практика запуска бизнес-инкубаторов на базе университетов в последние несколько лет активно используется многими ведущими вузами страны. Павлодарский государственный университет стал одним из первых вузов, на базе которого в 2015 году был создан и функционирует бизнес-инкубатор «International StartUp Academy» (ISA), целью которого является обучение стартап проектов, их развитие, получение первичного финансирования и вывод на рынок. Основными задачами Стартап Академии являются:

- обучение на основе программы акселерации практическим деловым навыкам, необходимым для успешного развития предпринимателем собственного дела;
- проведение мероприятий в формате «startup weekend», по итогам которых лучшие проекты могли участвовать на финальном «Demo day».
- проведение кейс-чемпионатов по решению проблем различных мероприятий среди студентов и магистрантов;
- организация и проведение предпринимательского бизнес-лагеря для школьников с целью привлечения заинтересованных в стартапах абитуриентов;
- проведение тест-режимом проектов и создание прототипов на базе лабораторий, технопарка и Стартап Академии ВУЗа.

На данный момент ISA работает со стартап проектами в следующих отраслях:

- IT;
- Education;
- Innovative research;
- Hardware projects;
- Agriculture.

Основными функциями Стартап Академии являются:

- обучение основам бизнеса;
- установление полезных деловых связей, в том числе с инвесторами;
- разработка и формирование маркетинговой стратегии, то есть «промоушн»;
- финансовая помощь;
- предоставление доступа к кредитам и программам финансирования;

- предоставление рабочего места в офисном пространстве и лабораторных помещениях с доступом к компьютеру и интернету;
- проведение бизнес-консультаций;
- ведение первичной бухгалтерской документации;
- оказание юридических услуг;
- проведение тимбилдингов;
- менторство.

За время работа бизнес-инкубатор «ISA» достиг следующих показателей:

- общее количество стартапов составило шестьсот пятьдесят два проекта;
- было создано сто пятьдесят шесть рабочих мест;
- сумма инвестиций составила сорок шесть миллионов двести восемь тысяч тенге.

Диаграмма 1 – Показатели количества стартапов

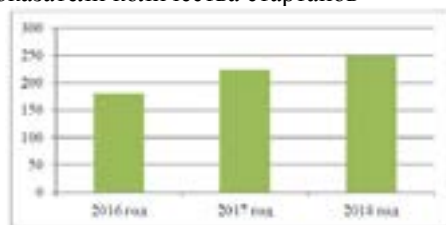
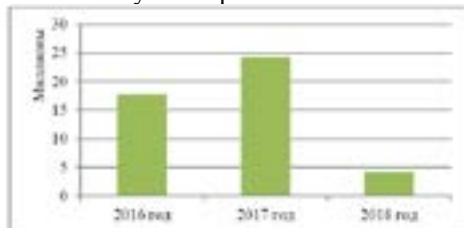


Диаграмма 2 – Показатели количества созданных рабочих мест



Диаграмма 3 – Показатели суммы привлеченных инвестиций



Также были выплачены налоги на сумму тринадцать миллионов пятьсот тысяч тенге.

Таким образом, Стартап Академия создает бизнес среду, тем самым резиденты набираются практического опыта и обучаются навыкам ведения бизнеса. На сегодняшний день основам предпринимательства уже обучено 2000 студентов. 224 студента развивают собственные бизнес-проекты [5].

В настоящее время Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова активно развивает стратегию создания университета предпринимательского типа, что свою очередь, способствует процессу интеграции науки, образования и бизнеса, где ключевая роль будет принадлежать университетам. Именно данная форма взаимодействия является новой эффективной формой партнёрства науки, образования и бизнеса.

В Послании Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева «Казахстан – 2050», всесторонняя поддержка предпринимательства как ведущей силы национальной экономики определена как одна из приоритетных задач. «Отечественное предпринимательство является движущей силой нового экономического курса. Доля малого и среднего бизнеса в экономике должна к 2030 году вырасти по крайней мере вдвое. Важно поднять общий уровень деловой культуры и стимулировать предпринимательскую инициативу» – подчеркивается в Послании [6]. Этой задаче соответствует развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства, в частности, бизнес-инкубаторов на базе университетов.

ВЫВОДЫ

В настоящее время условием сохранения и усиления конкурентоспособности национальной экономики становится информация о достижениях и использование результатов не только прикладных, но и фундаментальных исследований [7].

Одним из основных способов улучшения состояния инновационной экономики страны, в частности Казахстана, является максимально быстрое развитие малого предпринимательства в науке, и, особенно, в университетской среде. Потому что на данном этапе современный бизнес не может довольствоваться вторичной научной информацией, ему необходимо укреплять свои связи с её первичными источниками – центрами фундаментальной науки. Таким образом, на основании проведенного исследования, можно сделать вывод, что именно вузы, должны являться связывающим звеном между государством, наукой и бизнесом – это новая форма партнёрства, с помощью которой возможно построение и развитие инновационной среды и устойчивой экономики в государстве.

А также интеграция науки, образования бизнеса является средством ликвидации технологического отставания отечественных предприятий от зарубежных конкурентов, увеличения притока инвестиций в инновации и инноваций в производство [8, 9]. Поэтому, для Республики Казахстан является актуальным изучение и внедрение эффективных зарубежных моделей интеграции науки, образования и производства, адаптированных к местным условиям, задачам, финансовой и правовой системе, одной из которых является создание бизнес-инкубаторов на базе университетов [10].

Интеграция науки, образования и бизнеса является одним из самых важных условий для вхождения Казахстана в число тридцати самых развитых государств мира. Для этого у нас есть все необходимые ресурсы и возможности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Коммерциализация технологий на ранней стадии. Исследование глобальных практик : университеты, государство, корпорации : отчет Тилбургского университета / ЗАО «MapКом», 2015. – С. 13–17.

2 Закон Республики Казахстан от 18 февраля 2011 года № 407-IV «О науке» с изменениями и дополнениями по состоянию на 26.12.2018 г.

3 http://www.analitika.kz/images/belarusindustry/nauka/tleubergen_dina.pdf [Электронный ресурс].

4 <https://informburo.kz/cards/zachem-startapam-nuzhny-inkubatory-.html> [Электронный ресурс].

5 http://www.psu.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=7340&Itemid=22&lang=rus [Электронный ресурс].

6 Послание президента Республики Казахстана – лидера нации Н. А. Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 года. Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический курс состоявшегося государства

7 **Yessimova, D. D., Pfeifer, N. E., Burdina, Y. I., Ksembayeva, S. K. Galieva, B. Kh., Temerbayeva, Zh. A., Komarov, O. E.** Formation of Teachers' Competences through Modular Educational Programs // Bothalia journal. – Vol. 44. – No.9. – 2014. Pretoria, South Africa.

8 Connecting Business and STEM Education Through Undergraduate Research / Ryan M. Bouldin, Gregory J. Hall, Eric A. Oches, David W. Szymanski, Fred D. Ledley, Bentley University // Quarterly, Council on undergraduate research – Summer 2015. – Vol. 35. – Number 4. – P. 17–23.

9 Management of Innovative Integrated Structures of Education, Business and Science at the Regional Level // Procedia – Social and Behavioral Sciences, – Vol. 214. – 5 December 2015. – P. 243–251.

10 Integration of Science, Education and Industry in the Republic of Kazakhstan in the Context of the Development of New Educational Programs // Mediterranean Journal of Social Sciences, Publishing, Rome-Italy. – December 2015. – Vol. 6. – No 6. – S. 5.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Д. Д. Есимова¹, Г. С. Ажаев², Ю. О. Сысоева³

Қазақстан Республикасының инновациялық дамуының негізі – ғылым мен білім беру және бизнестің ұштасуы

^{1,2,3}Химиялық технологиялар және жаратылыстану факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

D. D. Yessimova¹, G. S. Azhaev², J. O. Syssoeva³

Integration of science, education and business as a basis for innovative development of the Republic of Kazakhstan

^{1,2,3}Faculty of Chemical Technology and Natural Sciences,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада Қазақстанның тұрақты дамуының негізгі факторлары ретінде ғылым, білім беру және бизнестің ұштастығы қарастырылған.

Қазақстан Республикасының білім беру жүйесіне халықаралық білім беру кеңістігі ендірілуіне байланысты жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларына бизнес, кәсіпкерлікті қамтитын өзгерістерді ендіру алғышарттары байқалады.

Жоғары оқу орнындағы жаңарған білім беру бағдарламасының мазмұны студенттердің кәсіпкерлік біліктілігін арттыратын пәндер енгізу, және алынған білімдерін өз кәсіптерін дамытуға пайдалану мақсатында болмақ.

Ұлттық экономиканың бәсекелестігін дамыту мен өсіру мақсатында ғылым, білім беру және бизнесті ұштастыру шешуші фактор болмақ. Қазіргі уақыттағы ғылыми технологиялардың даму дәрежесі мемлекеттің ғылыми-өндірістік потенциалы мен тұрақты дамудың көрсеткіші болып табылады. Дүниежүзілік тәжірибе көрсеткендей, ұштастырылған ғылыми-білім беру құрылымдар еңбек

нарығындағы сұранысқа ие сапалы жаңа мамандарды даярлауды қамтамасыз етеді және өндірістегі ғылыми жетілдірілген технологиялық өзгерістер мемлекеттің экономикасын дамытуға мүмкіншілік жасайды. Осыған орай, ғылым, білім беру және бизнестің ұштасуы кез келген мемлекеттің дамуының инновациялық дамуының негізі бола алады.

Мақалада жоғарғы оқу орындарының студенттер арасында инкубаторлар жасау, жаңа идеялар мен жаңа инвестициялық мүмкіншіліктердің негізгі орны екендігі ашылған.

The integration of science, education and business as the main key factors for the sustainable development of Kazakhstan is considered in this article. The entry of education system of the Republic of Kazakhstan into the international educational space led to appearing the prerequisites for introducing changes in the content of educational programs of institutions of higher education with a focus on business and entrepreneurship. One of the main priorities of training in terms of updating the content of higher education is the development of entrepreneurial literacy of students, the use of their knowledge in the opening and promotion of their own business.

The integration of science, education and business is becoming a decisive factor in the development and growth of the competitiveness of the national economy. Currently the degree of development of high technologies is a characteristic of the country's scientific and production potential and an indicator of the level of sustainable development.

World experience suggests that integrated scientific and educational structures provide training for qualitatively new specialists demand in the labor market, and technological changes in production based on the use of the latest knowledge contribute to the development of the country's economy. Thus, the integration of science, education and business is the basis for the innovative development of any country.

The article reveals the role of higher education institutions as the main key structures in the development of investment opportunities and innovative ideas, ranging from the creation of incubators to the provision of the idea itself with the human resources of the students themselves.

ГРНТИ 20.51.20

К. К. Жакупов

магистрант, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ДОМАШНЕЙ АВТОМАТИЗАЦИИ И УМНЫХ ДОМОВ

Статья является результатом подготовки startup-проекта производственно-инжинирингового предприятия, предоставляющего решения для систем «умный дом». В статье содержится категоризация устройств домашней автоматизации по назначению, с примерами и кратким описанием. Приведены основные представители рынка по регионам, наряду с результатами отчётов от разных аналитических организаций. В заключении перечислены ключевые тренды рассматриваемой сферы.

Ключевые слова: startup-проект, программируемые устройства, умный дом, технологии, безопасность, интеллектуальная техника, технологии, энергоэффективность.

ВВЕДЕНИЕ

Домашняя автоматизация («Home automation») даёт возможности наблюдения за устройствами, находящимися в пределах помещения, и управления ими дистанционно – посредством мобильных устройств, при этом находясь в любой точке земного шара. Понятие предполагает интеграцию широкого ряда программируемых устройств: системы управления климатом (термостаты, кондиционеры, обогреватели), освещением (специальные лампы), электроснабжением и подобными приборами, объединённых одной беспроводной сетью. Сюда же относятся системы управления безопасностью помещения – устройства сигнализации, замки, детекторы пожара и затопления [18]. Домашняя автоматизация тесно связана с явлением интернета вещей.

Если домашняя автоматизация (также используется термин «домотика» – domotics, от лат. domus – дом [17]) – это технология, то само помещение называется «умным домом» («smart home» – если речь идёт о доме, как источнике уюта; «smart house» – дословно «умное помещение», но используются оба варианта).

Концепция умных домов и зданий затронута в нескольких отечественных государственных программах [3, 4, 5].

Далее обзор рынка будет разбит на категории устройств по предназначению. Общие характеристики устройств умного дома – подключение к беспроводной сети (интернет либо домашняя локальная сеть) и способность передавать данные на центр управления (то есть, наличие встроенных датчиков различного рода).

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Интеллектуальные динамики для голосового управления устройствами (такие, как: Amazon Echo, Google Home, Apple HomePod) являются ядром системы умного дома, поскольку многие производители аппаратного обеспечения внедряют совместимость с голосовыми помощниками. Аналитики IDC (согласно прогнозам 2017–2022 гг.) считают эту категорию наиболее востребованной (но по доле в деньгах – третья позиция, после дорогостоящих телевизоров и огромного ассортимента устройств мониторинга и безопасности). Потребители ожидают, что цифровые помощники начнут работать с естественными интерфейсами – голос, жесты и прочие. Большая осведомленность и подобное user-friendly управление приведут к значительному росту рынка умных устройств в целом [12].

Рынок интеллектуальных дисплеев включает в себя различного рода экраны (способные исполнять роль центра управления, преимущественно сенсорные и имеют встроенные динамики). Производители снабжают дисплеи интерактивными функциями, что открывает новые возможности для их использования не только дома, но и в офисных помещениях, в автомобилях, и даже на улицах – в качестве средств распространения рекламы. Особая разновидность – умные зеркала, которые являются теми же дисплеями с камерой. Причина успеха умных зеркал на данный момент – их использование в автомобилях и холодильниках, а также в качестве хаба умного дома [7]. Среди наиболее востребованных брендов-поставщиков – HiMirror, Soulaca, iHome (США) [1]. Крупные компании на текущий момент не акцентируют внимание на таких зеркалах.

Почти три четверти стоимости рынка приходится на категорию смарт-телевизоров (так как они сами являются одними из самых дорогих домашних устройств) и прочие системы видеоразвлечений (включая мультимедийные приставки). Лидерами в этой категории в течение 2017-го года являются Samsung и LG, а в категории цифровых медиа-адаптеров – Amazon, Google и Roku (американский производитель ТВ-консолей для медиа-стриминга) [6, 12].

Категория устройств домашнего мониторинга и безопасности остаётся второй по величине поставок в единицах (согласно IDC). Такие устройства, как дверные замки, приборы видеонаблюдения и датчики всевозможных параметров просты в установке и интегрируются с умными помощниками

[12]. Специалисты аналитической компании Juniper Research же считают, что до 2023-го года на рынке бытовой автоматизации охранные системы будут доминировать [8]. Устройства этой категории являются неотъемлемыми компонентами, поэтому представлены всеми брендами, имеющими отношение к интеллектуальным домашним системам.

Подкатегория устройств мониторинга – датчики и регуляторы воздуха в помещении. Это кондиционеры и вентиляторы, увлажнители и очистители воздуха, датчики вредных газов (особенно углекислого газа и метана, среди прочих) и задымления. Автоматизированные устройства этой подкатегории могут реагировать на изменения температуры, влажности, давления и концентрации вредных примесей в воздухе; также привязываются к термостатам (см. далее).

Иная подкатегория отвечает за потребление воды – подключенные вентили, датчики давления в трубах, датчики затопления, умные краны и санитарные узлы [10].

Устройства, связанные непосредственно с безопасностью помещения – умные замки и датчики дверей, приборы видеонаблюдения (особенно с поддержкой ночного видения), датчики движения и присутствия, а также устройства мониторинга из предыдущих подкатегорий. Такие устройства обязательно имеют сигнальный компонент наподобие динамика и в случае чрезвычайных обстоятельств посылают сигнал на удалённое устройство – обычно это мобильные устройства жителей данного помещения.

Устройства управляемого освещения (из наиболее распространённых производителей – Philips, GE (General Electric), IKEA) представляют категорию с наименьшей стоимостью (наиболее дешёвые компоненты для систем умного дома – лампочки). Но, по прогнозам аналитиков, этот сегмент имеет большой потенциал в будущем [8]. Примеры устройств – лампы (поддерживающие изменение яркости, а некоторые даже способны менять оттенок цвета), автоматические шторы и покрытия для окон. Связанные устройства – специальные переключатели (особенно диммеры, или вариаторы, для регулировки яркости ламп; управляемые по беспроводной сети) и датчики освещения [10].

Термостаты – приборы для поддержания постоянной температуры. Сегмент умных термостатов остаётся самым мелким по поставкам в единицах. Это объясняется тем, что на один большой дом достаточно установки одного термостата, а в Тихоокеанском регионе, Ближнем Востоке и Азии автономные термостаты не востребованы – вместо них используются кондиционеры и обогреватели [8]. Работа термостатов обеспечивается механизмами управления температурой в доме – это подключенные к радиаторам вентили, умные кондиционеры и обогреватели (как мобильные,

так и встроенные в полы и стены). Сами же термостаты могут представлять собой устройства с механическими ручками («крутилками»), либо более современный вариант – многофункциональные сенсорные дисплеи. Из числа наиболее распространённых брендов – Ecobee (Канада), Nest и Honeywell (США), Bosch (Германия), Eneco Toon (Нидерланды).

Группа компонентов, отвечающих за электроснабжение в помещении – подключённые к беспроводной сети электрошитки, предохранители, переключатели («свитчи» от англ. switch), умные розетки. Каждый из этих компонентов может иметь встроенный датчик электроснабжения, передающий показатели на центр домашнего управления. Особняком сюда же включаются источники возобновляемой энергии, которые могут служить резервным источником электроснабжения в экстренных случаях [10].

Интеллектуальная бытовая техника (или умная бытовая техника) – категория бытовых устройств, как правило, подключённых к интернету и взаимодействующих с системой домашнего управления. Такие устройства упрощают бытовые задачи и, при надобности, минимизируют участие человека. Из наиболее распространённых примеров: широкий класс кухонной техники (посудомоечные машины, холодильники, кофемашины, чайники), кондиционеры, обогреватели, стиральные машины и роботы-пылесосы. Такая техника имеет встроенные компоненты из других категорий – камеры, дисплеи, датчики домашней обстановки.

Умные холодильники, помимо хранения продуктов питания, способны быть центром управления умного дома – благодаря встроенным многофункциональным экранам. Холодильник марки Samsung Family Hub может оповещать владельцев об оставшемся количестве различных продуктов и сроке их годности; вдобавок, устройство воспринимает голосовые команды, позволяет создавать записки-напоминания и информирует о прогнозе погоды и новостях [2]. Особенность холодильника LG InstaView – система диагностики; при возникновении неполадок устройство предложит стандартные решения, и, при надобности, облегчит обращение в техническую службу [14].

Теперь рассмотрим рынок по регионам и производителям. Согласно отчёту Strategy Analytics за 2018-ый год, в числе наиболее активных брендов по поставке решений для домашней автоматизации называются:

– Северная Америка: Amazon, Google, ADT (американская компания, специализирующаяся на безопасности), Samsung (дочерний бренд SmartThings), Apple;

– Европа: линейка Hive (от Centrica Hive Limited, Великобритания), Magenta Home (от немецкой телекоммуникационной компании Deutsche Telekom), система HomeMatic (компания eQ-3, Германия), умный термостат Toon от Eneco (Нидерланды);

– Азия: Xiaomi (Китай), LG U+ (Корея), японские iTSCOM и Panasonic;
– Австралия: бренды Origin и Telstra.

По словам экспертов Strategy Analytics, рынок продолжает развиваться, потребители всё более осведомлены о новых технологиях в этой сфере, а цены снижаются. Тем не менее, огромное количество компаний конкурируют на рынке, и кто окажется более успешен – неизвестно. Крупнейшим рынком сбыта сейчас считается Северная Америка (41 % расходов на 2018-ый год) [16].

Согласно отчётам BCG (Boston Consulting Group) и аналитикам Quid Inc. за 2018-ый год, из порядка 1500 крупнейших представителей рынка наиболее насыщенный регион – США (628 брендов). Следом в топ-семёрке идут Китай (103), Великобритания (88), Канада (57), Индия (51), Германия (50) и Франция (46 предприятий) [13].

ВЫВОДЫ

В качестве заключения рассмотрим нынешние тенденции на рынке умных домов. Интеграция с мобильными устройствами опущена, поскольку она стала элементом умного дома по умолчанию.

Голосовое управление домашними устройствами становится всё более привычным и неотъемлемым компонентом бытовой автоматизации. Выделяются на рынке бренды со своими собственными технологиями цифровых ассистентов. Голосовые помощники: Google Assistant, Siri (от Apple), Amazon Alexa, Bixby (от Samsung), Microsoft Cortana и Яндекс Алиса – поддерживаются в обязательном порядке решениями от своего же бренда, и могут быть встроены в решения других поставщиков.

Следующая тенденция, особенно привлекательная для потребителей – возможность программирования сценариев [15]. Пример персонализированного сценария – после утреннего будильника включается внутреннее освещение (или открываются шторы, если на улице ещё темно – это будут решать наружные датчики освещения), на кухне запускаются кофейная машина и смарт-тостер, а во время завтрака динамик на холодильнике знакомит Вас со свежими новостями и прогнозом погоды на день. В общих чертах сценарии – это порядок реагирования подключённой техники на изменение параметров обстановки, либо в зависимости от времени дня. Среди преимуществ – экономия электроэнергии и упрощение рутинных задач.

Развитию рынка способствует интерес к технологиям со стороны застройщиков. По данным аналитического агентства T3 Sixty, при выборе нового коттеджа или квартиры свыше половины американских покупателей готовы отдать предпочтение готовому умному дому [9].

Интересная тенденция наблюдается в пересечении секторов домашних смарт-технологий и здравоохранения. Наблюдение за параметрами жизнедеятельности возможно и в бытовых условиях, что позволит проводить меньше времени в медицинских учреждениях. Например, технологическая компания Eight Sleep (США) собрала 33.3 миллиона долларов на разработку матраса, отслеживающего данные отдыха и сна, наряду с биологическими показателями [13].

По данным исследования IT-компании Dassault Systèmes (Франция/Европа), посвящённого ожиданиям от современных технологий, 70 % респондентов заинтересованы в интегрированных домашних системах. Три четверти респондентов планируют к 2030-му году установить интеллектуальные устройства в своих домах, с надеждой на возможность голосового управления и удалённого контроля. Около половины ожидают приобрести виртуального помощника или робота (причём речь не только о роботе-пылесосе).

Что касается автоматически настраиваемых пространств (например, мебель, меняющая размеры и конфигурацию) – 61 % респондентов посчитали, что такие решения не найдут широкого распространения в ближайшие годы. В ходе опроса также выяснилось, что 66 % и 67 % респондентов соответственно называют безопасностью и энергоэффективностью в числе основных преимуществ технологий для дома. Для 57 % потребителей возможность удаленного управления домашними устройствами и системами при помощи смартфона является одним из ключевых преимуществ. Кроме того, потребители высоко оценивают персонализацию: 53 % опрошенных находят привлекательной возможность адаптировать домашней техники под собственные нужды [11].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 6 Best Smart Mirrors of 2018 // 3D Insider. 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://3dinsider.com/smart-mirrors/>.

2 Как умная бытовая техника экономит людям силы и время // Российская газета. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2019/03/21/kak-umnaia-bytovaia-tehnika-ekonomit-liudiam-sily-i-vremia.html>.

3 Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан». Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827.

4 Об утверждении Государственной программы развития регионов до 2020 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 16 ноября 2018 года № 767.

5 Об утверждении Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан. Указ Президента Республики Казахстан от 15 февраля 2018 года № 636.

6 Рынок систем умного дома в 2017 году достиг \$84 млрд. // TAdviser.ru. [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Системы_умного_дома_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Системы_умного_дома_(мировой_рынок)).

7 Рынок смарт-дисплеев и зеркал к 2025 году достигнет 6,7 млрд долларов – MarketsandMarkets | iot.ru Новости Интернета вещей [Электронный ресурс]. – URL: <https://iot.ru/gadzhety/rynok-smart-displeev-i-zerkal-k-2025-godu-dostignet-6-7-mlrd-dollarov-marketsandmarkets>.

8 Рынок средств домашней автоматизации в 2023 году превысит 45 млрд долларов [Электронный ресурс] // iXBT.com. URL: <https://www.ixbt.com/news/2018/05/15/rynok-sredstv-domashnej-avtomatizacii-v-2023-godu-prevysit-45-mlrd-dollarov.html>.

9 Три новые тенденции умного дома с выставки CEDIA 2018 [Электронный ресурс]. – URL: [/news/20180926/tri-novye-tendencii-umnogo-doma-s-vystavki-cedia-2018/](https://news/20180926/tri-novye-tendencii-umnogo-doma-s-vystavki-cedia-2018/).

10 Kondratiev A. Умный дом глазами потребителя – Будущее на vc.ru // vc.ru. 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/future/57421-umnyy-dom-glazami-potrebitelya>.

11 Чего ждут потребители от домашних устройств к 2030 году – IKSMEDIA.RU // IKSMEDIA.RU – деловой портал для бизнеса в телекоме, ИТ, медиа. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/5574932-chego-zhdut-potrebiteli-ot-domashni.html>.

12 IDC: объем рынка умных домашних устройств к 2035 году превысит \$270 млрд | iot.ru Новости Интернета вещей [Электронный ресурс]. – URL: <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/idc-obem-rynka-umnykh-domashnikh-ustroystv-k-2035-godu-sostavit-270-mlrd>.

13 Mapping the Smart-Home Market [Электронный ресурс]. – <https://www.bcg.com>; URL: <https://www.bcg.com/publications/2018/mapping-smart-home-market.aspx>.

14 Samsung Family Hub vs. LG InstaView French Door Refrigerators // AJ Madison Learning Center. – 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ajmadison.com/learn/samsung-family-hub-vs-lg-instaview-french-door-refrigerators-best-of-the-smart-features/>.

15 Smart home trends to watch in 2019 // Primex Technologies Inc. 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://primex.com/smart-home-trends-to-watch-in-2019/>.

16 Strategy Analytics: Global Smart Home Market to Hit \$155 Billion by 2023 | Strategy Analytics Online Newsroom [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.strategyanalytics.com/press-release/devices/strategy-analytics-global-smart-home-market-hit-155-billion-2023>.

17 September 12 J. H., 2015. The smart home : a glossary guide for the perplexed // T3. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.t3.com/features/the-smart-home-guide>.

18 What Is Home Automation and How Does it Work? // SafeWise. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.safewise.com/home-security-faq/how-does-home-automation-work/>.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

К. К. Жақупов

Үй автоматтандыру мен ақылды үйлердің әлемдік нарығын зерттеу

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

К. К. Zhakupov

Research of the world market of home automation and clever houses

S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Мақала – интеллектуалдық үй жүйелеріне арналған шешімдерді ұсынатын өндіріс және машина жасау кәсіпорнын іске қосу жобасын дайындаудың нәтижесі. Мақалада үй автоматтандыру құрылғыларының мақсаттары бойынша, мысалдармен және қысқаша сипаттамасымен санаттау бар. Аймақ бойынша нарықтың негізгі өкілдері, түрлі аналитикалық ұйымдардан алынған есептердің нәтижелері ұсынылды. Қорытындыда қарастырылатын саланың негізгі бағыттары келтірілген.

The article is the result of the preparation of a startup project of a production and engineering enterprise that provides solutions for smart home systems. The article contains the categorization of home automation devices by purpose, with examples and a brief description. The main market representatives by region, along with the results of reports from various analytical organizations, are presented. In conclusion, the key trends of the considered sphere are listed.

ГРНТИ 06.91

И. Т. Иманғалиева¹, А. Ж. Ахметова², А. Ж. Кунязова³

¹Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

²Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

³Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

e-mail: ³kuniyazova2018@mail.ru

ҚЫТАЙДАҒЫ КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН САЛЫҚТЫҚ ЫНТАЛАНДЫРУ

Мақалада Қытайдағы салық жүйесінің жаңа өзгерістері қарастырылған. Кәсіпорындардың пайдасына салық салу схемасындағы жаңалықтарды талдауға ерекше назар аударылған. Салық төлеуші кәсіпорындарды F3TKЖ-ға және инновациялық қызметке ынталандыруға бағытталған салықтық преференциялар кең назарға ие. ҚХР кәсіпкерлік секторындағы салықтық преференциялардың бас бенефициарлары анықталған. Қосымша салық преференцияларын алу үшін ерекше мәртебе алуға үміткер кәсіпорындарға қойылатын талаптар және тиісті сертификат ашылған. Инновациялық кәсіпорындарды мемлекеттік салықтық қолдаудың F3TKЖ серпініне және Қытайдың кәсіпкерлік секторындағы инновациялық белсенділікке әсерін бағалау берілген.

Кілтті сөздер: салықтық ынталандырулар, салықтық преференциялар, инновациялық компания, шетелдік тәжірибе, Қытай.

КІРІСПЕ

Салық теориясында салық преференцияларын қолданудың заңдылығы мен мақсаттылық мәселелері әрдайым пікірталастардың бірі болып табылады. Оларды классикалық экономикалық мектеп пен кейнсиандық өкілдері, монетаризм мен экономикалық ғылымдағы институционалдық бағытты

ұстанушылар әртүрлі шешті. Осы мәселелер бойынша заманауи зерттеушілерде де пікір бірлігі жоқ. Мәселен, неокейнсиандық бағыттағы жақтаушылар экономиканы реттеудегі мемлекеттің маңызды рөлін мойындай отырып, салықтардың ынталандыру функцияларын белсенді пайдалануды қолдайды, салық төлеуші кәсіпорындардың белгілі бір санаттары үшін, оның ішінде ҒЗТҚЖ-ға және инновациялық қызметке уәждеу мақсатында салықтық преференцияларды қолдануды қолдайды. Алайда зерттеушілердің көп бөлігі салықтық преференцияларды пайдалануға теріс қарайды. Мысалы, еркін бәсекелестік пен мемлекеттің шаруашылық өмірге аз араласуын қолдайтын неоклассикалық постулаттарының жақтастары кәсіпорындарға салық преференцияларын беру бағалардың ақпараттық және реттеуші функциясын деформациялайды, еркін бәсекелестік қағидаттарын бұзады, нарықтық экономиканы өзін-өзі реттеу тетігін бұзады деп санайды. Олардың пікірінше, нарық заңдары мен еркін бәсекелестік зерттеулер мен инновациялар үшін ынталандырулар жасайды, ал шаруашылық жүргізуші субъектілерге салық жеңілдіктерін беру салық жүйесінің дәрменсіздігін ғана куәландырады, оның басты функциясын, фискалдық қызметін орындауды бұзады. Неолибералды бағыттың кейбір өкілдері мемлекеттің экономикаға «жұмсақ» араласуына жол береді және бейтарап салық салудың түрлі модельдерін ұсынады, олардың пікірінше, салықтар нарық заңдарына негізделген экономиканың жұмыс істеуіне бұрмаланулар енгізбейді. Басқалары – нарық еркіндігінің қағидаларын дәйекті сақтай отырып, тіпті «жұмсақ» мемлекеттік интервенцияларға жол бермейді.

Әлемнің түрлі елдерінің шаруашылық жүргізу тәжірибесінде зерттеулер мен инновацияларды ынталандыру үшін салықтық преференцияларды пайдалануға деген көзқарас да бірдей емес. Бір елдерде мемлекет тікелей қаржыландыру схемасын (субсидиялар, гранттар және т.б.) қалай отырып, бизнес-сектордағы (мысалы, Германия, Финляндия, Швейцария, Болгария, Мексика, Эстония) ҒЗТҚЖ мен инновацияларды салықтық ынталандыру тетіктерін іс жүзінде пайдаланбайды. Басқаларында-салықтық преференцияларды пайдалану жылдан жылға кеңеюде және олардың кәсіпкерлік сектордағы зерттеулер мен инновацияларды жалпы мемлекеттік қолдаудағы үлесі бизнеске осы мақсаттарға тікелей мемлекеттік қаржы бөлу көлемінен едәуір асып түседі. Мәселен, Нидерландыда, Австралияда, Ирландияда, Жапонияда, Канадада салық преференциялары (құндық мән) мен бизнес-сектордағы зерттеулер мен инновацияларды тікелей мемлекеттік қаржыландыру арасындағы арақатынас шамамен 80% – ды 20%-ға құрайды.

ҒЗТҚЖ мен инновациялардың катализаторы ретінде салық преференцияларын қолданудың әртүрлі теориялық түсіндірмесі мен практикасына қарамастан, әлемдік тәжірибе мемлекеттердің көп саны шаруашылық процестерін реттеуде, оның ішінде кәсіпорындар

мен ұйымдардың инновациялық қызметін ынталандыруда салықтық преференцияларды пайдаланатынын көрсетеді.

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

ҚХР-да мемлекет ұйымдардың кең ауқымына: университеттер мен университеттік зерттеу орталықтарына, мемлекеттік ҒЗИ мен жеке-мемлекеттік зертханаларға, коммерциялық емес зерттеу ұйымдарына және т.б. ҒЗТҚЖ мен инновацияларды ынталандыруға бағытталған салықтық преференциялар ұсынады. Алайда, салықтық преференциялардың бас бенефициары бизнес-сектор кәсіпорындары болып табылады. Және бұл таңқаларлық емес. Өйткені, кәсіпкерлік сектор – Қытай Ұлттық инновациялық жүйесінің өзегі. Дәл осы бизнес-сектор елдің ҒЗТҚЖ-ға ішкі шығындарын қаржыландырудың басты көзі болып табылады (76%-дан астам), дәл осы жерде кадрлық зерттеу әлеуеті шоғырланған (62%-дан астам).

Соңғы онжылдыққа тән үрдіс – зерттеулер мен инновацияларды ынталандыру үшін бизнес-секторға берілетін салықтық жеңілдіктер көлемінің өсуі болып табылады. 2006–2016 жылдар аралығында олар құндық көріністе 5 еседен астам өсті. Қазіргі уақытта Қытайдың бизнес-секторындағы зерттеулер мен инновацияларды мемлекеттік қолдау үлесі ЖІӨ-нің 0,13%-ын құрайды, оның ішінде 0,07%-ы тікелей қаржыландыруға және 0,06%-ы-салықтық қолдаудың түрлі нысандарына Қытайда жинақталған.

Ғылыми зерттеулер мен инновациялық жобалар субъектілерін атаулы қаржыландыруды болжайтын ҒЗТҚЖ мен инновацияларды (субсидиялар, гранттар және т.б.) мемлекеттік қолдаудың тікелей нысандарына қарағанда, салықтық преференциялар жеке сипатта емес, салық төлеуші кәсіпорындардың белгілі бір санаттарын қамти отырып, инновациялық қызмет субъектілерінің кең спектріне бағытталған.

Кәсіпкерлік секторда ҒЗТҚЖ және инновациялар саласына мемлекеттік ықпал етудің салықтық схемаларын пайдалану ағымдағы шығындар бөлігінде бюджетке түсетін жүктемені төмендетеді, бұл ретте бизнес-сектор кәсіпорындарын инновациялық процестің барлық сатыларының тиімділігі өсуінің ішкі резервтерін анықтауға ынталандырады.

ҒЗТҚЖ ынталандыру және инновациялық дамуды жеделдету үшін Қытайдың салық заңнамасы кәсіпкерлік секторға салықтық преференциялардың (шамамен 80) кең «мәзірін» ұсынады. Бұл артықшылықтардың көптүрлілігі арасында Қытай бизнесі үшін маңызды рөл атқаратындары:

- жеңілдікті салық ставкалары;
- ҒЗТҚЖ және инновациялық қызметке тікелей байланысты шығыстардың салық салынатын базасынан шегерімдер;
- жедел амортизация; салық демалысы және т.б.

Зерттеулер мен инновацияларды ынталандыруға бағдарланған салықтық преференциялардың басты реципиенттері салық төлеушілердің мынадай санаттары болып табылады: жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорындары, озық технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорындар, сондай-ақ экономиканың түрлі салаларында шағын және жаңадан құрылатын инновациялық кәсіпорындар. Сонымен қатар, жеңілдетілген салық режимі жаңа және жоғары технологияларды дамыту аймақтарында, сондай-ақ елдің батыс провинцияларында орналасқан ұйымдар үшін белгіленген.

ҚХР-дағы кәсіпорындардың инновациялық қызметін салықтық ынталандырудың кең таралған құралдарының бірі пайдаға салынатын салықтың жеңілдікті ставкасы болып табылады. Кәсіпорындардың пайдасына салынатын салықтың негізгі ставкасы Қытайда 25 %-ды құрайды, алайда инновациялық кәсіпорындар үшін төмендетілген мөлшерлеме қолданылады. Мәселен, «жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорны», «озық технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорын» мәртебесі бар ұйымдар үшін, сондай-ақ Қытайдың батыс провинцияларында орналасқан инновациялық кәсіпорындар үшін пайдаға салынатын салықтың жеңілдетілген ставкасы (15 %) жұмыс істейді. Табыс салығының жеңілдетілген ставкасы (15 % және 10 %) интегралдық схемалар мен бағдарламалық қамтамасыз етуді өндіруші кәсіпорындар үшін белгіленген. Жеңілдікті ставка бойынша (20 % және 10 %) шағын бизнестің инновациялық кәсіпорындарының пайдасына салық салынады (кесте 1).

Кесте 1 – Кәсіпорындардың пайдасына салынатын салық ставкалары, 2017 ж.

Кәсіпорындардың пайдасына салынатын салықтың негізгі ставкасы	25 %
Пайдаға жеңілдетілген салық ставкасының реципиенттері-кәсіпорындар	
Кәсіпорындардың санаттары	15 %
жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорындары	10 %
бағдарламалық қамтамасыз етуді өндіруші кәсіпорындар	10 %
интегралды схемаларды немесе интегралды схемалар дизайнын өндірушілер	15 %
8 млрд юань өндірісіне инвестиция көлемі бар интегралды схемалар өндірушілер	15 %
сызықтың ені 0,25 микрометрден кем интегралды схемаларды өндірушілер	15 %
алдыңғы қатарлы технологияларға қызмет көрсету бойынша кәсіпорындар (31 қалада жоғары технологиялық қызметтер көрсететін және пилоттық жобаға қатысатын сервистік ұйымдар, оның ішінде Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шеньчжэн және т. б.))	15 %

елдің батыс провинцияларында орналасқан инновациялық кәсіпорындар	15 %
шағын инновациялық кәсіпорындар	20 %
табысы 500 000 юаньнан кем шағын инновациялық кәсіпорындар	10 %

Қытай бизнесі ҒЗТҚЖ-ға арналған шығындар бөлігінде елеулі салық жеңілдіктерін алады. Кәсіпорындарға ҒЗТҚЖ-ға құжатпен расталған ағымдағы шығындарды есептен шығаруға рұқсат етіледі, сол арқылы салық салынатын пайданы азайтады. Үкімет бекіткен тізбеге сәйкес мұндай шығындар мыналарды қамтуы мүмкін: өндірілетін өнімдер мен қолданылатын технологияларды жаңа құруға немесе жетілдіруге арналған шығындар; кәсіпорынның ҒЗТҚЖ-ға және инновациялық процеске қатысатын персоналдың жалақысына, сыйақысына және жәрдемақыларына арналған шығындары; персоналды оқытуға арналған шығындар; ҒЗТҚЖ-ны орындау үшін тартылған салық төлеуші-ұйымның штатында тұрмайтын мамандардың еңбегіне ақы төлеу; ҒЗТҚЖ процесінде тұтынылатын отынға, энергияға және материалдарға арналған шығындар. Бұл шығындарға кәсіпорын ҒЗТҚЖ орындау үшін пайдаланылған негізгі құралдар мен материалдық емес активтер бойынша амортизация сомасын; арнайы техникалық әдебиетті сатып алуға арналған шығындарды; алынған нәтижелерді сараптамалық бағалау жөніндегі шығындарды және т.б. еңгізуі мүмкін. Бұл ретте шығындардың кейбір позициялары бойынша есептен шығарудың ең жоғары шегі белгіленген. Мысалы, қызметкерлерді оқытуға жұмсалған шығындар бойынша бұл шекті кәсіпорынның еңбек ақы қорының 2,5 % құрайды.

Кәсіпкерлік сектор үшін салықтық преференциялар пакеті сондай-ақ жабдықтарды жаңартуды, технологиялар трансферін және т.б. ынталандыратын жеңілдіктерді қамтиды. Қытай салық заңнамасы биофармацевтикалық, автомобиль, авиациялық, кеме жасау, жеңіл және тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарына, бағдарламалық қамтамасыз етуді, компьютерлік және телекоммуникациялық жабдықтарды өндіруші кәсіпорындарға негізгі құралдарды жедел амортизациялау құқығын береді.

Қытайда инновациялық кәсіпорындар үшін салықтық преференциялардың кең таралған түрлерінің бірі салықтық демалыстар – белгілі бір уақыт кезеңінде пайда салығын төлеуден босату болып табылады. Мәселен, салық органдарында жаңадан тіркелген бағдарламалық қамтамасыз етуді, интегралдық схемаларды немесе интегралдық схемалардың дизайнын өндіруші кәсіпорындар; баламалы энергетикаға арналған жабдықтар мен жинақтаушы өндірушілер, сондай-ақ «жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорны» мәртебесі бар ұйымдар 5 жыл мерзімге (2+3) салық демалысын ала алады.

Қытайдағы салық жеңілдіктерінің негізгі бенефициарлары «Жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорындары» (ЖЖТК) және «озық технологияларға қызмет көрсету кәсіпорындары» (ОТҚКК) салық төлеушілердің екі санаты болып табылады. ЖЖТК және ОТҚКК мәртебесін тек Қытай ғана емес, шетелдік кәсіпорындар да ала алады. Алайда мұндай мәртебені алу үшін ізденуші ұйым зерттеу және инновациялық қызметті жүзеге асырумен қатар, бірқатар арнайы талаптарға сәйкес келуі тиіс.

Осылайша, ЖЖТК мәртебесіне үміткер ұйым мынадай талаптарға жауап беруі тиіс: – ҚХР – ның кемінде бір жыл резиденті болуы; – өндірілетін өнімдер (қызметтер) үшін негізгі технологияларға зияткерлік меншік құқығына ие болуы; – кәсіпорынның ҒЗТКЖ және инновациялық қызметке арналған шығыстары шығындардың жалпы көлемінің кемінде 10 % құрауы тиіс; – инновациялық қызметке арналған шығындар кәсіпорынның жылдық кірісінің кемінде 6 % құрауы тиіс, егер соңғы есепті жылы бұл кіріс 50 млн юаньнан аспаған болса; – 4 %, егер табыс 200 млн юаньнан жоғары болса және 3 % – дан кем болмаса; – ғылыми-техникалық персоналдың үлесі осы кәсіпорын қызметкерлерінің жалпы санының 30 %-дан кем болмауы тиіс; – инновациялық қызметпен тікелей айналысатын дипломдалған мамандардың үлесі кәсіпорын қызметкерлерінің жалпы санының 10 %-дан кем болмауы тиіс; – зерттеулер мен инновацияларға арналған жиынтық шығындардың 60 %-дан кем болмауы керек; кәсіпорын Қытайда жүзеге асырылуы тиіс.

Кесте 2 – Инновациялық кәсіпорындар үшін салықтық демалыстар, 2017 ж.

Салық каникул реципиенттері	Салық каникул мерзімі мен кезеңдері (жыл)
жаңа және жоғары технологиялар кәсіпорындары	5 (2+3)
бағдарламалық қамтамасыз етуді өндіруші кәсіпорындар	5 (2+3)
интегралды схемаларды немесе интегралды схемалар дизайнын өндірушілер	5 (2+3)
өндіріске инвестиция көлемі 8 млрд юаньнан астам интегралды схемаларды өндірушілер немесе сызығының ені 0,25 микрометрден кем интегралды схемаларды өндірушілер	10 (5+5)
баламалы энергетика үшін жабдықтар мен технологияларды өндірушілер	5 (2+3)
энергия үнемдейтін, табиғатты қорғау технологиялары өндірісін игеретін кәсіпорындар	6 (3+3)
шағын бизнестің инновациялық кәсіпорындары	5 (2+3)

ЖЖТК мәртебесін алудың қажетті шарты кәсіпорын өндіретін өнім ҚХР Үкіметі белгілеген сегіз басым саланың біріне кіруі тиіс:

- электрондық ақпараттық-коммуникациялық технологиялар;
- биологиялық және жаңа фармацевтикалық технологиялар;
- аэроғарыштық және авиациялық технологиялар;
- жаңа материалдар өндірісі;
- жоғары технологиялық өнеркәсіптік қызметтер;
- жаңа энергетика және энергия үнемдеу технологиялары;
- қоршаған ортаны және табиғи ресурстарды сақтайтын технологиялар;
- өнеркәсіптің дәстүрлі салалары мен аграрлық секторды жаңғырту үшін

жаңа және жоғары технологиялар. ЖЖТК мәртебесін және тиісті сертификатты ізденуші кәсіпорынға ҚХР Ғылым және техника министрлігі Қаржы министрлігімен және Мемлекеттік салық ведомствосымен келісе отырып береді. ЖЖТК мәртебесін алған ұйымдар үшін инновациялық кәсіпорындарға берілетін стандартты салықтық жеңілдіктерден басқа, өзінің салық салынатын табысын ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын шығыннан 1,5 есе (150 %) асатын сомаға азайтуға мүмкіндік беретін ҒЗТКЖ-ға арналған шығындар бойынша жоғары салықтық жеңілдік белгіленген.

Бірақ, ЖЖТК мәртебесін алған кәсіпорындар үшін есептілік талаптары және тиісті салықтық преференциялар неғұрлым қатаң болады. Мұндай кәсіпорындар жыл сайын бақылаушы қаржы және салық органдарына есеп беріп, белгіленген индикаторлар бойынша ЖЖТК мәртебесін растауы тиіс. Егер кәсіпорын екі жыл ішінде тиісті көрсеткіштерді қамтамасыз етпесе, онда ол ЖЖТК мәртебесінен айырылуы мүмкін, ал салық жеңілдіктерін пайдалану нәтижесінде алынған қаражат мемлекеттің (немесе аймақтық билік органдарының) бюджетіне қайтарылуы тиіс.

Салық жеңілдіктерінің екінші ірі санаты – «Озық технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорындар» (компьютерлерге абоненттік қызмет көрсету, инновациялық жүйелер мен т.б. қызмет ету және қолдау мәселелері бойынша бөгде ұйымдардың қызметкерлеріне кеңес беру және оқыту кәсіпорындары). ҚХР – да «Озық технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорын» мәртебесін мынадай талаптарға жауап беретін ұйымдар ала алады: – ҚХР – ның кемінде бір жыл резиденті болуы; – алдыңғы қатарлы технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорындар желісін қалыптастырудың пилоттық жобасына (оның ішінде Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шеньчжэнь және т.б.) қатысатын елдің 31 қаласының бірінде орналасуы; – кәсіпорында дипломдалған мамандардың саны (жоғары немесе орта арнайы білімі бар) қызметкерлердің жалпы санының кемінде 50 % болуы; – жоғары технологиялар саласындағы қызметтерді сатудан түскен табыстар ұйымның есепті (салық) жылдағы жиынтық табысының 50 %-нан кем болмауы тиіс.

«Озық технологияларға қызмет көрсету жөніндегі кәсіпорын» мәртебесі оны иеленушіге мынадай қосымша салықтық жеңілдіктер береді: пайдаға салынатын салықтың 15 % ставкасын қолдану құқығы (25 % орнына), салық салынатын пайдадан өз қызметкерлерін оқытуға жұмсалатын шығындарды 8 %-ға дейін шегеру құқығы (2,5 % стандартты максимумның орнына).

Ел үкіметінің шағын бизнес секторындағы салық жеңілдіктерінің санатын кеңейту де маңызды. Егер 2014 жылға дейін өнеркәсіпте жылдық табысы 60 мың юаннан аспайтын шағын кәсіпорындарға жеңілдіктер берілсе, 2014 жылдан бастап олар үшін жылдық табыстың төбесі 100 мыңға дейін, 2015 жылы – 300 мыңға дейін, ал 2017 жылдан бастап – 500 мың юанға дейінгі кәсіпорындарға беріледі (шамамен 77 мың АҚШ долл.). Айта кету керек, Қытайда инновациялық бизнес үшін салықтық преференциялар мен жеңілдіктерді кеңейту мемлекеттің бюджет жүйесіне салық түсімдерінің төмендеуін туғызбады. Керісінше, салық жүктемесінің төмендеуі «салықтан жалтарушыларының» көлеңкеден шығуына ықпал етті. 2006–2016 жылдары осы салаға жеке бизнес қаражатын салу көлемі 5 еседен астам өсті. 2016 жылы 130 қытайлық компания әлемдегі ең ірі 1000 инвестор компаниялардың қатарына енді. Мемлекеттің салықтық қолдауына негізделген кәсіпкерлік сектордағы ҒЗТҚЖ ауқымын кеңейту елдегі патенттік белсенділіктің өсуінің маңызды факторына айналды. Бүгін Қытайдың патенттік ведомствосына АҚШ пен Жапонияның патенттік ведомствосына, бірге алып қарағанда, түсетін өтінімдерден артық өтінім келіп түседі (Кесте 3).

Кесте 3 – Патенттерге өтінімдер, 2016 ж.

Әлем елдері	Ұлттық патенттік ведомстволарға берілген патенттерге өтінімдер		PCT процедурасы бойынша берілген патенттерге халықаралық өтінімдер	
	Саны (дана.)	Жалпы сандағы үлес (пайыздар)	Саны (дана.)	Жалпы сандағы үлес (пайыздар)
Әлем, барлығы оның ішінде:	3127900	100,0	233000	100,0
Қытай	1338503	42,8	43214	18,5
АҚШ	605571	19,4	59590	24,3
Жапония	318381	10,2	45214	19,4

Сондай-ақ, қытайлық компаниялар әлемдік патенттік нарықта сенімді түрде орын алуда. 2006–2016 жж. кезеңінде Қытай кәсіпорындарынан, инженерлерден, өнертапқыштардан патенттерге халықаралық өтінімдер саны 11 есе өсті және бүгінгі күні осы көрсеткіш бойынша Қытай Жапониядан сәл кем түсіп, әлемде үшінші орынға ие. Дүниежүзілік зияткерлік меншік ұйымының мәліметтері бойынша, 2016 жылы Патенттік кооперация туралы шарт (PCT-Patent Cooperation Treaty) рәсімі бойынша берілген патенттерге

халықаралық өтінімдер саны бойынша Топ-10 көшбасшы компаниялардың тізіміне 3 қытайлық компания кірді. Бұл ретте Huawei және ZTE Қытайлық компаниялары әлемдік көшбасшылар тізімінде тиісінше бірінші және екінші орынға ие болып, Intel Американдық компаниясы, Sony Жапон корпорациясы, Samsung Оңтүстік Кореялық электротехникалық алыбы және басқа да көптеген өтініш берушілерді артта қалдырды.

ҚОРЫТЫНДЫ

Қорытындылай келе, өткен онжылдықтың ортасында ҚХР Үкіметі бастамашылық жасаған салық жүйесін қайта құрудың қазіргі кезеңі барысында салық құралдарының ынталандырушы функциясының мәні біртіндеп артып, олардың компаниялар мен фирмалардың инновациялық қызметке уәждемесіне бағытталуы күшейіп отырғанын атап өтуге болады. Жаңа өнімдер (қызметтер) өндіруді игеретін, озық технологияларды енгізетін және әзірлейтін, энергияның баламалы көздерін пайдалану және қоршаған ортаны сақтау, әуежайлар мен жоғары жылдамдықты темір жолдар салу, елдің батыс аумақтарын және басқа да басым, қоғамдық маңызы бар жобаларды дамыту жөніндегі жобаларға инвестицияларды жүзеге асыратын кәсіпорындар үшін салықтық преференциялар пакеті әзірленді және практикада іске асырылды. Қытайдың бизнес-секторы салықтық жаңалықтарға ҒЗТҚЖ саласына салымдардың өсуімен, инновациялық белсенділіктің артуымен және жеке мемлекеттік әріптестікті одан әрі нығайтуға мүдделілікпен жауап берді. Қытай тәжірибесі көрсеткендей, ойластырылған және түзетілген салық жүйесі бюджетке салық түсімдерінің ағынын қамтамасыз ете отырып, өзінің негізгі фискалдық функциясын табысты іске асырып қана қоймай, ұлттық экономиканың халықаралық бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал ете отырып, реттеу функциясын атқара алады, оның ішінде ҒЗТҚЖ және шаруашылық жүргізуші субъектілердің инновациялық белсенділігінің катализаторы бола алады. Салық жүйесін жаңғыртудың қытайлық тәжірибесі білім мен инновацияларға негізделген экономиканы қалыптастыратын елдер үшін сөзсіз қызығушылық тудырады.

ПАЙДАЛАНҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

- 1 **Клавдиенко, В. П.** Национальные инновационные системы в странах БРИКС // Общество и экономика. – 2015. – № 8–9. – С. 121–138.
- 2 Changes to China High and New Technology Enterprise // The National Law Review. – 12 January. 2018.
- 3 China Statistical Yearbook. National Bureau of Statistics of China. 2016.
- 4 **Diamond, R., Mirrlees, J.** Optimal taxation and public production // American Economic Review. – 1971. – Vol. 61. – № 1. – P. 8–27.

5 Greenhalgh, Ch., Rogers, M. Innovation, Intellectual Property and Economic Growth // Princeton University Press. – 2013.

6 Beom N., Griffith R., Van Reenen. Do R&D tax credit work? // Journal of Public Economics. – 2002. – Vol. 85. – P. 3–31.

7 Kristol, I. Ideology and supply-side Economics. Commentary // Economic Impact. – 1981. – № 3.

8 OECD. Measuring Tax Support for R&D and Innovation. – February, 2017. – P. 172.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

И. Т. Иманғалиева¹, А. Ж. Ахметова², А. Ж. Куниязова³

Налоговое стимулирование инновационной активности предприятий в Китае

Факультет государственного управления, бизнеса и права,
Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова,
г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан.
Материал поступил в редакцию 15.04.19.

I. T. Imangaliyeva¹, A. Zh. Akhmetova², A. Zh. Kuniyazova³

Tax promotion of innovative activity of enterprises in China

The Faculty of Public Administration, Business and Law,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

В статье рассматриваются новейшие преобразования налоговой системы в Китае. Особое внимание уделено анализу новаций в схемах налогообложения прибыли предприятий. В фокусе внимания находятся налоговые преференции, ориентированные на стимулирование предприятий-налогоплательщиков к НИОКР и инновационной деятельности. Определены главные бенефициары налоговых преференций в предпринимательском секторе КНР. Раскрыты требования, предъявляемые к предприятиям, претендующим на получение особого статуса и соответствующего сертификата для получения дополнительных налоговых преференций. Дана оценка влияния государственной налоговой поддержки инновационных предприятий на динамику НИОКР и инновационной активности в предпринимательском секторе Китая.

The article discusses the latest transformation of the tax system in China. Particular attention is paid to the analysis of innovations in corporate income taxation schemes. The focus is on tax preferences focused on encouraging taxpayer enterprises to scientific research and experimental design development and innovation activities. The main beneficiaries of tax preferences in the business sector of China are identified. Requirements for enterprises applying for a special status and a corresponding certificate for obtaining additional tax preferences are disclosed. The assessment of the impact of state tax support for innovative enterprises on the dynamics of scientific research and experimental design development and innovation activity in the business sector of China is given.

Н. М. Исмагулова¹, Н. Н. Мадениева²

¹аға оқытушы, Физика, математика және ақпараттық технологиялар факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

²студент, Физика, математика және ақпараттық технологиялар факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

e-mail: ¹ismagulovanursulu@mail.ru; ²nurai.ix@mail.ru

ЭКОНОМИКАДА КОББ-ДУГЛАС ФУНКЦИЯСЫНЫҢ ҚОЛДАНЫЛУЫ ТУРАЛЫ

Кобб-Дугластың өндірістік функциясы және оның қасиеттері, ҚД-ның параметрлерінің экономикалық мағынасы. Өндірістік функция қолда бар техникалық және ұйымдастырушылық мүмкіндіктерді пайдалану нәтижесінде өндірілген өнім көлемі және өндірісте тиімді қолданылатын факторлардың көлемі арасындағы функционалдық байланысты анықтайды. ҚД функциясын эконометрикалық талдау келтірілген.

Кілтті сөздер: Кобб-Дугластың өндірістік функциясы, өнім шығару икемділігі.

Өндірістік функция теориясының пайда болуы американдық экономист ғалым П. Дуглас және математик Ч. Коббтың «Өндіріс теориясы» атты мақаласы жариялануына байланысты 1927 жыл деп қабылданған. Бұл мақалада эмпирикалық әдіспен жұмсалатын капитал мен еңбектің АҚШ-тың өндірістерінде шығарылатын өнім көлеміне әсерін анықтауға талпыныс болды. Өндірістік функция қолда бар техникалық және ұйымдастырушылық мүмкіндіктерді пайдалану нәтижесінде өндірілген өнім көлемі және өндірісте тиімді қолданылатын факторлардың көлемі арасындағы функционалдық байланысты анықтайды.

Пол Дуглас, егер нақты шығарылған өнім көлемі (y) көрсеткіштерінің логарифмдерін, капитал шығыны (K) және еңбек шығыны (L) шамаларының уақытқа тәуелді графиктерін біріктірсе, онда шығарылған өнім көрсеткіштерінің графигінің нүктелерінен капитал және еңбек графиктерінің нүктелеріне дейінгі арақашықтық тұрақты қатынаста болатындығына көз жеткізді.

Содан кейін ол Ч. Коббтан аталған ерекшеліктерді ескеріп, математикалық тәуелділік табуы өтінеді.

Ч. Кобб келесі функцияны ұсынды:

$$y = AK^\alpha L^\beta,$$

мұндағы, y – өнім көлемі, K – капитал көлемі, L – еңбек көлемі, A – функция коэффициенті, α, β – тұрақты сандар, (K, L)-дің дәрежелері.

Өнім шығару икемділігі капитал және еңбек бойынша сәйкесінше α және β сандарына тең

$$\frac{\partial y / \partial K}{y / K} = \frac{A(\alpha K^{\alpha-1})L^\beta}{AK^\alpha L^\beta} = \alpha, \quad \frac{\partial y / \partial L}{y / L} = \frac{AK^\alpha (\beta L^{\beta-1})}{AK^\alpha L^\beta} = \beta.$$

Осыдан, капитал шығынын 1 % арттыру, өнім шығаруды $\alpha\%$ -ға өсуіне әкелетіндігі көрінеді, ал 1 % еңбек шығынын арттыру, өнім шығаруды β % өсуіне әкеледі.

Өндіріс масштабының әсері. Әрбір фактор (K, L) бойынша шығындар λ рет өсетін болса, өнім шығару $\lambda^{\alpha+\beta}$ рет өседі.

Осыдан:

– егер $\alpha+\beta > 1$ болса, онда өндіріс масштабы ҚД функциясының өсуіне әсер етеді (өндіріс масштабының оң әсері болады, яғни өнім көлемі факторлардың шығындарын арттырудан гөрі көбірек шамаға өскенде орын алады);

– егер $\alpha+\beta < 1$ болса, онда өндіріс масштабы ҚД функциясының кемуіне әсер етеді (өндіріс масштабының теріс әсері болады, яғни өнім көлемі факторлардың шығындарын арттырудан гөрі аз шамаға өскенде орын алады);

– егер $\alpha+\beta = 1$ болса, онда өндіріс масштабының ҚД функциясына әсері тұрақты түрде болады (өндіріс масштабының әсері тұрақты, яғни өнім көлемі және факторлар шығындары бірдей шамаға өзгергенде орын алады).

Нарық бәсекелестігін ескеретін болсақ, өндіріс факторлары капитал мен еңбек есебінен болжанатын кірістің үлесі ретінде α және β шамаларын интерпретациялауға болады. Егер еңбек нарығы бәсекелестік сипатта болса, жалақы ставкасы (w) еңбектің шектік мәніне тең болады:

$$w = \frac{\partial y}{\partial L} = AK^\alpha \beta L^{\beta-1} = \frac{\beta y}{L}.$$

Сондықтан (wL) жалақының жалпы сомасы $\beta \cdot y$ -ке тең, ал (wL/Y) еңбектің жалпы өнім шығаруда үлесі β тұрақты шамасына тең. Сол сияқты кіріс нормасы $\partial y / \partial K$ -ға тең:

$$\rho = \frac{\partial y}{\partial K} = A\alpha K^{\alpha-1} L^\beta = \frac{\alpha y}{K}.$$

Олай болса, (ρK) жалпы кіріс $\alpha \cdot y$ -ке тең, ал α тұрақты шамасы кірістің үлесі болады. КД функциясын құруда A, α, β параметрлерін сызықтық регрессиялық талдаудың ең кіші квадраттар әдісін пайдаланып бағалауға болады.

Ол үшін:

1) КД өндірістің функциясын логарифмдеп сызықтық түрге келтіреміз:

$$\ln(y) = \ln(A) + \alpha \ln(K) + \beta \ln(L);$$

2) ең кіші квадраттар әдісі бақылған шамалар мен олардың бағаланған шамаларының айырымдарының квадраттарының қосындысын минимумдауға негізделген;

3) ең кіші квадраттар әдісі бойынша A, α, β параметрлері бағаланады;

4) регрессияның таңдама бойынша алынған коэффициенттерінің статистикалық маңыздылығын тексеру үшін таңдама коэффициенттерінің дисперсиялары бағаланады;

5) регрессиялық модельдің өнім шығарудың бақылау бойынша алынған мәндеріне сәйкестігін бағалау үшін көптік детерминация коэффициентін немесе аппроксимацияның орташа қатесін есептеу керек;

6) құрылған регрессиялық модельді капитал және еңбек бойынша өнім шығарудың болжамы ретінде пайдалануға болады.

ПАЙДАЛАНҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

1 Баркалов, С. А., Демченко, К. С., Русман, И. Б. Модели анализа деятельности производственных объединений на базе функций Кобба-Дугласа. – М., 2000. – 78 с.

2 Замков, О. О., Толстопятенко, А. В., Черемных, Ю. Н. Математические методы в экономике : Учебник / под общ. ред. А. В. Сидоровича – М. : Издательство «Дело и Сервис», 2001. – 368 с.

3 Ломкова, Е. Н., Эпов, А. А. Экономико-математические модели управления производством : Учеб. Пособие / ВолгГТУ, Волгоград, 2005. – 67 с.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

Н. М. Исмагулова¹, Н. Н. Мадениева²

О применении функции Кобба-Дугласа в экономике

^{1,2}Факультет физики, математики и информационных технологий,

Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова,

г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

N. M. Ismagulova¹, N. N. Madiyeva²

Applying the Cobb-Douglas function in the economy

^{1,2}The Faculty of Physics, Mathematics and Information Technology,

S. Toraihyrov Pavlodar State University,

Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Производственная функция Кобба-Дугласа и её свойства. Экономический смысл параметров функции КД. Функция Кобба-Дугласа – производственная функция, отражающая зависимость объема производства (y) от создающих его факторов производства затрат труда (L) и капитала (K). В статье приведен эконометрический анализ функции Кобба-Дугласа.

Cobb-Douglas production function and its properties. The economic meaning of the parameters of the function CD. The Cobb-Douglas function is a production function, reflecting the dependence of the volume of production on the factors of production of labor and capital that create it. The article presents an econometric analysis of the Cobb-Douglas function.

М. К. Каримбергенова¹, Д. Д. Ахметова², А. Т. Султанов³

¹PhD, Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

²PhD, Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

³PhD, Мемлекеттік басқару, бизнес және құқық факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

e-mail: ¹madina.pavlodar@mail.ru

АЙМАҚТЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК САЛАСЫН ДАМУҒА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІҢ ЫҚПАЛЫН БАҒАЛАУ

Бұл мақалада халықаралық тәжірибеде әлеуметтік мәселелерді шешу құралы болған әлеуметтік бизнес туралы мәселелер қарастырылады. Әлеуметтік бизнес жобалары әр түрлі салалар мен салаларда жүзеге асырылады. Алайда, Қазақстанда әлеуметтік бизнесті түсінуге талпыныс қабылдануда. Сонымен қатар Павлодар облысының әлеуметтік саласының дамуына шағын және орта бизнестің әсері қарастырылады. ШОБ секторында жұмыспен қамтылғандар үлесінің өсу серпініне талдау жүргізілді. Облыс кәсіпорындарында мүгедектерді жұмысқа орналастыру саласындағы нормативтік-құқықтық актілер, Қазақстан Республикасының қайырымдылық қызмет саласындағы заңнамасы қарастырылды. Қайырымдылық қызметін жүзеге асыратын заңды тұлғалар үшін салық салынатын табысты азайтуға қатысты Салық кодексінің баптары зерттеленді. Аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуына жәрдемдесу шеңберінде мемлекеттік-жеке меншік әріптестіктің ықпалына баға берілді.

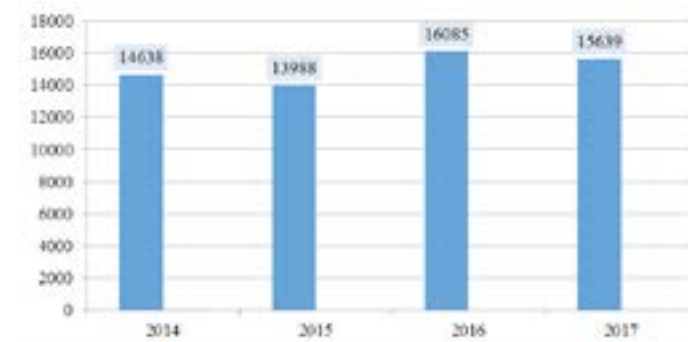
Кілтті сөздер: әлеуметтік сала, шағын және орта бизнес, жұмысқа орналастыру, қайырымдылық, мемлекеттік-жеке меншік әріптестік.

Әлеуметтік саладағы шағын және орта бизнесті дамыту әлемдік тәжірибеде айтарлықтай жаңа құбылыс және әлеуметтік кәсіпкерлік деп аталады. Бүгінгі таңда әлеуметтік кәсіпкерлік жаңа құбылыс болып табылады және мемлекет тарапынан заңнамалық, инфрақұрылымдық және қаржылық қамтамасыз етуде белсенді қолдауды талап етеді.

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

2016–2020 жылдарға арналған Павлодар облысының аумағын дамыту бағдарламасында нәтижеге бағдарланған мемлекеттік жоспарлау жүйесіне сәйкес, өңірдегі әлеуметтік саланы дамытудың негізгі бағыттары көрсетілген. Аймақтағы шағын және орта бизнестің дамуын ынталандыратын шараларды жүзеге асыру аймақтың әлеуметтік саласын дамытуға тікелей әсер етеді.

Облыс бойынша тіркелген ШОБ (15639) санынан әлеуметтік салада 37,9 % ШОБ тіркелген. 2014–2017 жылдары әлеуметтік саладағы тіркелген ШОБ субъектілерінің саны 1-суретте көрсетілген.



Сурет 1 – 2014–2017 жылдары әлеуметтік саладағы тіркелген ШОБ субъектілерінің саны

Облыстың ВАӨ-нің ШОБ субъектілерінің қызметіне қосқан үлесі 25,2 % -ды құрайды.

Кесте 1 – Павлодар облысының шағын кәсіпкерлікті дамытудың әлеуметтік маңызды көрсеткіштері

Көрсеткіш	2012ж.	2013ж.	2014ж.	2015ж.	2016ж.
Шағын және орта бизнес субъектілерінің саны, мың бірлік	32,4	30,3	*	*	43,9

Кәсіпкерлік жоғары оқу орны – ғылым, инновация, білім және бизнес

ШОБ-де жұмыс істейтін адамдардың саны, мың адам	123,8	123,9	*	*	128,1
Тауарларды, жұмыстар мен қызметтерді өндіру көлемі, млрд. теңге	225,1	331,2	*	*	497,2
Ескерту: Автормен құрастырылған					

Аймақ халқының жұмыспен қамтылуын қамтамасыз етуде шағын және орта бизнестің ролін арттыруды көрсететін позитивті үрдіс болып табылатын Павлодар облысы халқының және облыстың экономикалық белсенді тұрғындарының жалпы санындағы ШОБ секторында жұмыспен қамтылған адамдардың үлесінің тұрақты өсуі байқалады (2-кесте). Алайда, бұл көрсеткіш дамыған елдерде (экономикалық белсенді халықтың 50–70 %) артта қалып отыр.

Кесте 2 – Павлодар облысындағы халықтың және экономикалық белсенді халықтың жалпы санындағы ШОБ секторында жұмыспен қамтылғандардың үлесі

Көрсеткіш	2012 ж.	2013 ж.	2014 ж.	2015 ж.	2016 ж.
Облыстағы халық саны, мың адам	749	752,8	755,8	758,5	759,3
Экономикалық тұрғыдан белсенді халық, мың адам	439,2	440	441,3	439,6	421,4
ШОБ-де жұмыс істейтін адамдардың саны, мың адам	123,8	123,9			128,1
Халықтың жалпы санындағы ШОБ-де жұмыспен қамтылғандардың үлесі, %	16,5	16,52			16,8
Экономикалық тұрғыдан белсенді халыққа ШОБ-де жұмыспен қамтылғандардың үлесі, %	29,6	28,6			30,4
Ескерту: Автормен құрастырылған					

ШОБ субъектілері мүгедектердің жұмыс берушілері болып табылады. Субъекты МСБ являются работодателями людей с ограниченными возможностями. Павлодар облысында 29441 мүгедек бар, оның ішінде:

– 1-топтағы мүгедектер – 3839, 2 топ – 13094, 3 топ – 9809, 2 мыңнан астам балалар;

– есту бойынша 466, тірек-қимыл аппаратының бұзылуымен 4612, психо-аурулары бар 2692, туберкулез аурулары барлар, жалпы аурумен ауыратындар саны – 20035, аурулар бойынша: мүмкіндігі шектеулі балалар – 2699.

Облыстағы кәсіпорындарда мүгедектерді жұмыспен қамту әкімнің 2016 жылғы 29 желтоқсандағы № 1418/35 «Павлодар қаласының мүгедектеріне арналған жұмыс орындарына квота белгілеу туралы» Жарлығымен бекітілген. Мүгедектерді жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету

Предпринимательский ВУЗ – наука, инновации, образование и бизнес

мақсатында Павлодар қаласының ұйымдарында еңбекке жарамсыз, қауіпті, қауіпті еңбек жағдайлары бар жұмыс орындарын қоспағанда мүгедектер үшін жұмыс орындарының квотасы қызметкерлердің тізімімен төмендегідей мөлшерде белгіленеді:

– елуден жүзге дейін – қызметкерлердің жалпы санының 2 пайызы мөлшерінде;

– жүз бірден екі жүз елу адамға дейін – қызметкерлердің жалпы санының 3 пайызы мөлшерінде;

– екі жүз елуден астам адам – қызметкерлердің жалпы санының төрт пайызы мөлшерінде.

Квота тізімі мемлекеттік және жекеменшік меншіктегі 143 кәсіпорын тіркелген, оның ішінде 26 кәсіпорын – орта кәсіпкерлікпен айналысатын 97 мүгедек. 3 кестеде мүгедектер үшін жұмыс орындарына квота бар кәсіпкерлік субъектілері көрсетіледі.

Кесте 3 – Павлодар қаласының ШОБ субъектілерінің мүгедектер үшін жұмыс орындарының квотасы

Ұйымның атауы	Ауыр жұмыстарда жұмыс орындарын есепке алмай, зиянды, қауіпті еңбек жағдайында жұмыс істейтін адамның тізімдік саны	Квота мөлшері (қызметкерлердің тізімінен),%	Мүмкіндіктері шектеулі адамдарға арналған жұмыс орындарының саны
«РУБИКОМ» ЖШС кәсіпорыны	929	4	37
«Компания Нефтехим LTD» ЖШС («Компания Нефтехим ЛТД»)	65	2	1
«Жана Роса» ЖШС	63	2	1
«Курылыс-жоба сервис» ЖШС	66	2	1
«Рекламно Информационное Агентство Арна» ЖШС	63	2	1
«КазПрофБезопасность» ЖШС	62	2	1
«СЕВЕР» ЖШС	65	2	1
«Атыгай Плюс» ЖШС	117	3	4
«А.С.К. МЕД» ЖШС	117	3	4
«Кленовый лист» ЖШС	91	2	2
«КФ КОТЭС» ЖШС	69	2	1
«Фирма Стальной союз» ЖШС	58	2	1
«RPV-Trade» ЖШС	65	2	1
«Айгерим» ЖШС фирмасы	70	2	1
«Ертiс Медиа» ЖШС	123	3	4
«СТРОЙИНДУСТРИЯ» ЖШС	93	2	2

Кәсіпкерлік жоғары оқу орны – ғылым, инновация, білім және бизнес

«Инновациялық Еуразиялық Университетінің» ЖШС	172	3	5
«ЗЖБИ ТемірТас Павлодар» ЖШС	137	3	4
«Гостиничный комплекс «ИРТЫШ» ЖШС	169	3	5
«АЛЬЯНС-КОМПАНИ» ЖШС	169	3	5
«Павлодаргидрогеология» ЖШС	99	2	2
«Bi-Petroleum» ЖШС	146	3	4
«СтеклоМир» ЖШС	85	2	2
«Водоканал и К» ЖШС	182	3	5
«Строительно-монтажная фирма «Мехколонна № 59» ЖШС	51	2	1
Барлығы	-	-	97
Ескерту: Автормен құрастырылған			

2017 жылдан бастап қалада таратылатын газ тарату қондырғыларында (112 бірлік) сауда және қызмет көрсету объектілерін орналастыру үшін жер учаскелерімен бизнес жүргізу үшін «Үйдегі дүкен» жобасы іске асырылды. 2017 жылғы желтоқсанда әлеуетті кәсіпкерлер арасында 21 жер телімдерін бөлу бойынша конкурстың бірінші кезеңі өтті.

Бағаны қамту үшін облыстың тұтыну нарығындағы баға жағдайын тұрақтандыру жөніндегі іс-шаралар жоспары жүзеге асырылды. Баға тұрақтандыру туралы 11 меморандумдар облыс орталығының сауда кәсіпорындары мен нарықтарының басшыларымен жасалды. «Әлеуметтік» баға бойынша өнімдерді сатуға арналған сауда нүктелерін ұйымдастырды.

Нәтижесінде 2017 жылғы желтоқсанда әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарларының барлық 19 позициясы ұлттық орташа деңгейден төмен болды.

Облыстың әлеуметтік-экономикалық дамуына жәрдемдесу мақсатында әлеуметтік-кәсіпкерлік корпорациясы «Ұлттық Компания» акционерлік қоғамы «Павлодар» («ӘКК «Павлодар» АҚ) мемлекеттік-жекеменшік әріптестік принциптері негізінде құрылды.

«ӘКК «Павлодар» АҚ-ның негізгі міндеттері болып:

- аймақтық экономиканың басымдықты секторларында (өсу нүктелерінде) жаңа бәсекеге қабілетті өндірістер құру және жаңғырту;
- мемлекеттік активтерді бизнеске тарту, проблемалық активтерді қалпына келтіру және олардың негізінде бәсекеге қабілетті өндірістерді дамыту;
- өндірістік және басқарушылық технологияларды және стандарттарды еңгізу;
- бюджеттен тыс инвестицияларды тарту;

Предпринимательский ВУЗ – наука, инновации, образование и бизнес

– бизнесті дамытуға, инновацияларды және технологиялық жаңғыртуды ынталандыру (технопарктер, БЭА, бизнес-инкубаторлар, инвесторлық қызмет көрсету орталықтары және т.б.);

– орта және шағын бизнестің, соның ішінде ірі кәсіпорындардың кластерленуін дамыту;

– компания ішінде қаржылық емес бизнесті қолдауды қамтамасыз ету;

– бизнес-жобаларды іске асыру үшін мемлекеттік даму институттарымен ынтымақтастықты кеңейту.

– портфельдік компаниялар арасындағы қарым-қатынасты дамыту және біліктілігін арттыру;

– отандық және шетелдік нарықтардағы өнімдерді белсенді түрде насихаттау үшін өнім брендингін жылжыту.

«ӘКК «Павлодар» АҚ жобаларына 2017 жылы тартылған инвестициялар 4 кестеде келтірілген.

Берілген кестелер «ӘКК «Павлодар» АҚ қоғамды әлеуметтік қолдауға бағытталған жобаларды жүзеге асыратындығын көрсетеді.

Бұдан басқа, Павлодарда Корпоративтік әлеуметтік даму қоры жұмыс істейді. Қор аймақтық кәсіпорындардың мүшелік жарналары есебінен жұмыс істейді.

Қор 2011 жылы құрылған және «Павлодар» акционерлік қоғамының «Ұлттық әлеуметтік-кәсіпкерлік корпорациясы» ұлттық компаниясы » акционерлік қоғамының құрамына кіретін коммерциялық емес ұйым болып табылады. Қордың мақсаты әлеуметтік, мәдени, ғылыми және білім беру міндеттерін шешуге, азаматтардың денсаулығын және қоршаған ортаны қорғауды, сондай-ақ басқа да әлеуметтік маңызды міндеттерді шешуге үлес қосу болып табылады. Қордың мақсаты білім беру, денсаулық сақтау және спорт саласындағы жобаларды қаржыландыру арқылы Павлодар облысында әлеуметтік жобаларды іске асыру болып табылады.

Кесте 4 – 2017 жылы «Павлодар» ӘКК »АҚ жобаларына инвестициялар тарту

Бірлескен кәсіпорын	Жобаның мақсаты	Серіктес	Жарғылық капиталға салым	Инвестициялар тарту
«Курорт Маралды» ЖШС	Маралды көлінде шипажай мен санаторий аймағын салу	жеке тұлға – Асыллов Ержан Кайруллинович	99 000 теңге (10 %)	1 000 000 000 теңге

«KazAsiaInvest» ЖШС	«Қарабай ауылында жол бойындағы сервис салу»	«Жумадиля О. Н.» ЖК	жер учаскесі 3 га 330 000 теңге (10%)	540 000 000 теңге
«Ариадна ДомСтрой» ЖШС	Павлодар қаласының ауылдық жерлеріндегі 2 тұрғын үйдің құрылысы	«Империя Ариадна» жеке тұлға	жер учаскесі 0,1378; 0,24; 0,2 га – 197 000 теңге (10%)	100 000 000 теңге
«Богатырь-Инвест» ЖШС	Ақсу қаласында сауда орталығы мен коммерциялық нысандардың құрылысы	жеке тұлға – Толмачев Александр Николаевич	жер учаскесі 0,1871 га 252 585 теңге (10%)	150 000 000 теңге

«Қайырымдылық туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 16 қарашадағы № 402-V Заңына сәйкес қайырымдылық қызметіне екі қатысушы белгіленді: қайырымды және қайырымдылық ұйымы. Қайырымдылық филантроптарының үш санаты: демеушілік, қайырымдылық және қайырымдылық, яғни заңды және жеке тұлғалар болуы мүмкін.

Заңның 10-бабында қайырымдылық қызметін жүзеге асыратын қайырымдылық ұйымы Қазақстан Республикасының салық заңнамасында көзделген салық жеңілдіктерін пайдаланады.

Ең алдымен, заңды тұлғалар үшін салық салынатын табыстың төмендеуіне байланысты босату. Салық төлеушілер салық салынатын табыстың 4% -ынан аспайтын сомаға салық салынатын табысты төмендетуге құқылы:

- салық кодексінің 97-бабының 2-тармағында көзделген әлеуметтік объектілерді пайдаланудан түсетін (алынатын) табыстар бойынша нақты шығыстардың асып кету сомасы;

- алушысы болып табылатын қайырымдылықтың құны: коммерциялық емес ұйым; әлеуметтік салада жұмыс істейтін ұйым; Салық кодексінің 135-3-бабы 1-тармағының екінші абзацында айқындалған заңды тұлға;

- қайырымдылық көмек көрсету, салық төлеушінің көмегі бар адамнан шағымдану негізінде жүзеге асырылады.

Осылайша, Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 16 қарашадағы № 403-V Заңына сәйкес Салық кодексінің 133-бабы 1-тармағының 1) тармақшасы тек қана бақыланатын ірі салық төлеушілерге қатысты қолданылады.

Осыған сәйкес, Павлодар облысының әлеуметтік жауапты кәсіпорындары, әдетте, ірі бизнес болып табылады. **Eurasian Resources Group S.a.r.l. (ERG) және Павлодар облысының әкімдігі 2018 жылға әлеуметтік маңызы бар жобаларды жүзеге асыруда өзара ынтымақтастық туралы Меморандумға қол қойды.** Меморандум шеңберінде ERG-мен бөлінген сома 2018 жылы 3,7 млрд. теңгені құрады. Бұл қаражат Павлодар трамвай әкімшілігіне қолдау көрсетіп, Павлодардағы мұз айдынында, Ақсу қаласындағы Орталық банкті қайта құруды жалғастырады. Дәстүр бойынша, аймақтағы футбол мен волейболды дамытуға қаржылық қолдау көрсетілетін болады. 2013–2017 жылдар кезеңінде ERG Қазақстандағы қайырымдылық және демеушілік үшін 71 млрд. теңге бөлді. Сонымен қатар, Павлодар облысындағы меморандумдар шеңберінде ERG Иманжүсіп Құтпанұлы спорт сарайын салу және Ақсудағы жабық хоккей корттары, Екібастұздағы балалар музыка мектебі және Павлодарда дарынды балаларға арналған жүзу бассейні сияқты әлеуметтік жобаларды, трамвай сатып алу, мектептерді күрделі жөндеу, балалар мен спорт аландарын ұйымдастыру қаржыландырды.

ҚОРЫТЫНДЫ

Демек, шағын бизнес халықтың әлеуметтік осал топтарын қолдау жөніндегі іс-шараларға қатысады.

Облыста нашар мұқтаждарға нан тарату акциясы танымал үлеске ие. Шағын бизнес ұсынушылары тегін нан тарату аптасын белгілейді. Бұл акция Талдықорған, Ақтау, Өскемен, Курчатова, Петропавл, Кентау, Теміртау, Алматы және Атырау кәсіпкерлерінің тәжірибесімен белгіленген.

2016 жылдың 15 қыркүйегінен бастап 2016 жылдың 15 қазанына дейін Екібастұз қаласында «Қамқорлық» қайырымдылық айлығы өткізілді. Қайырымдылық айларында халықтың әлеуметтік осал топтарын азық-түлікпен қамтамасыз ету бойынша іс-шаралар өткізілді. Қайырымдылық акцияға белсенді қатысуға барлық меншік нысандары мен кәсіпорындарының басшылары қатысты.

Әлеуметтік саладағы бизнестің дамуына «Бизнестің жол картасы-2020» ықпал етеді. Әлеуметтік саладағы бағдарламаның әлеуетті қатысушыларына арналған экономиканың басым секторларының тізбесіне енгізілді:

- білім беру;
- медициналық қызмет;
- тұрғын үймен әлеуметтік қызмет көрсету;
- тұрғын үймен қамтамасыз етілмеген әлеуметтік қызметтерді ұсыну;
- кітапханалардың, мұрағаттардың, мұражайлардың және басқа да мәдени қызмет көрсететін мекемелердің қызметі;

– спорт, ұйымдастыру және ойын-сауық саласындағы қызмет (дискотекаларды қоспағанда).

Осылайша, шағын және орта бизнестің экономикалық өсу қарқынын, жұмыспен қамту мәртебесін, жалпы ішкі өнімнің құрылымы мен сапасын айқындайтын жетекші салалардың бірі ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік осал топтардың өмір сүру сапасына қолдау көрсету көзі болып табылатыны туралы қорытынды жасауға болады.

ПАЙДАЛАНҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

1 Регионы Павлодарской области // Статистический сборник на казахском и русском языках. Павлодар 2018.

2 Малые предприятия Павлодарской области // Статистический сборник на казахском и русском языках. Павлодар 2018.

3 Программа развития территории Павлодарской области [Электронный ресурс]. – <https://pavlodar.gov.kz/programma-razvitiya-territorii-pavlodarskoj-oblasti/>

4 Официальный сайт [Электронный ресурс]. – <http://stat.gov.kz>

5 официальный сайт [Электронный ресурс]. – stat.gov.kz/pavlodar

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

М. К. Каримбергенова¹, Д. Д. Ахметова², А. Т. Султанов³

Оценка влияния малого и среднего бизнеса на развитие социальной сферы региона

^{1,2,3}Факультет государственного управления, бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан.
Материал поступил в редакцию 15.04.19.

M. K. Karimbergenova¹, D. D. Akhmetova², A. T. Sultanov³

Assessment of the impact of small and medium-sized businesses on the development of the social sphere of the region

^{1,2,3}The Faculty of Public administration, Business and Law, S. Toraighyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

В данной статье рассматриваются вопросы о социальном бизнесе, ставшем в международной практике инструментом решения

социальных проблем. Проекты социального бизнеса реализуются во всевозможных сферах и отраслях. Однако в Казахстане только предпринимаются попытки к пониманию социального бизнеса. Также в статье рассматривается влияние малого и среднего бизнеса на развитие социальной сферы Павлодарской области. Проведен анализ динамики роста доли занятых в секторе МСБ. Рассмотрены нормативно-правовые акты в сфере трудоустройства инвалидов на предприятиях области, законодательство Республики Казахстан в сфере благотворительной деятельности. Изучены статьи Налогового кодекса касающиеся уменьшения налогооблагаемого дохода для юридических лиц, осуществляющими благотворительную деятельность. Дана оценка влияния государственно-частного партнерства в рамках содействия социально-экономическому развитию региона.

This article discusses the issues of social business, which has become an instrument of solving social problems in international practice. Social business projects are implemented in various fields and industries. However, Kazakhstan is only trying to understand social business. The article also discusses the impact of small and medium-sized businesses on the development of the social sphere of Pavlodar region. The analysis of the growth dynamics of the share of employed in the SME sector. The normative legal acts in the sphere of employment of disabled people at the enterprises of the region, the legislation of the Republic of Kazakhstan in the sphere of charitable activity are considered. The articles of the Tax code concerning the reduction of taxable income for legal entities engaged in charitable activities are studied. The impact of public-private partnership in the framework of promoting socio-economic development of the region is assessed.

ГРНТИ 14.35.01

А. А. Кудышева¹, М. А. Пшембаев²

¹к.п.н., профессор, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²докторант, группа ДПиП-12, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: pshembaev_murat@bk.ru

**ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РЕАЛИЗАЦИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Понятие предпринимательского университета, обладающего несколькими миссиями в сферах обучения, исследования и экономического и социального развития, ознаменовывает исследовательский университет как академическую парадигму. Появление предпринимательского университета является ключевым фактором перехода от промышленного общества к наукоемкому, не зависимо от уровня развития или академических традиций. Данный переход можно спрогнозировать исходя из полемики, возникшей вокруг предпринимательской и академической деятельности.

Ключевые слова: предпринимательский университет, академическая миссия, кластерное развитие, академическое предпринимательство.

В условиях международного социально-экономического развития каждый университет стремится к конкурентоспособности. Существует большое количество университетов предоставляющие образовательные услуги в различных сферах жизнедеятельности человека. Для успешной конкуренции университетам необходима трансформация как административной, так и образовательной системы.

Концепция «предпринимательского университета» (entrepreneurial university) получила свое развитие в середине 90-х годов в работах американского ученого Б. Р. Кларка. Ученый на основе анализа десятилетнего опыта трансформации пяти европейских вузов доказал, что предпринимательский университет активно стремится к инновациям в своей

работе. Его важной чертой является принятие рисков при освоении новых практик, результат которых неясен [1].

Впервые академический предпринимательский переход произошел в Массачусетском технологическом институте, который был основан в 1862 году как университет, специализирующийся на инженерном деле и получивший землю от правительства для практического образования для региональных нужд [2]. После предпринимательская академическая модель была перенесена на Стэнфорд, где применялась в направлении гуманитарных наук в начале и середине XX века. В настоящее время схожие процессы протекают во всем мире по мере того, как ряд университетов предпринимает попытку осуществить третью миссию – экономическое и социальное развитие. Это достигается путем варьирования интенсивности, зависящей от местных академических и культурных традиций и с учетом экономических условий. Компании, возникшие в результате исследовательской активности Массачусетского технологического института и Гарварда, появились в конце XIX века в сферах промышленного консультирования и приборов для научных исследований [3]. Однако, подобные компании рассматривались как, скорее, исключения из правил, чем естественный результат академической исследовательской деятельности. До последних двух десятилетий подобное скептическое восприятие возникновения компаний представляло собой мнение большинства преподавателей и административного персонала в гуманитарных исследовательских университетах. За последние годы гуманитарные университеты изменили свое мнение путем формирования политики конфликта интересов, которая регулирует участие факультета и установление административных механизмов как, например, лицензирование офисов и инкубаторов для поддержания тренда. Трансфер технологий и формирование компаний стали частью академической сферы, учитывая, что в настоящее время университет рассматривается как непосредственный участник в экономическом и социальном развитии. Новая миссия университета прошла путь от небольшого предприятия, занимающегося защитой и реализацией прав на интеллектуальную собственность, к более широкому интересу к созданию компаний и региональному экономическому развитию. Первое вовлечение университета в предпринимательскую деятельность может быть ввиду осознания, что важное открытие, сделанное в университете и которое можно было запатентовать, запатентовано не было (упущенная возможность) или по запросу от местных компаний, промышленных ассоциаций или правительства, которым нужна поддержка в решении промышленной или правительственной проблемы. На следующем этапе создается организация для более систематизированного регулирования отношений либо посредством отделов связи с промышленностью для

введения компаний в университеты или отделов коммерциализации технологий при студенческом городке для поиска выхода изобретений на рынок. На третьем этапе университет начинает развивать сложившиеся связи и играть стратегическую роль в поддержании инноваций региона. Как правило, это происходит посредством собрания местных участников научного и промышленного сообществ и правительства по приглашению уважаемого человека, который способен мобилизовать необходимые ресурсы, сформулировать и внедрить стратегию регионального развития с помощью «Хай-Тек Совета» и «Собрания знаний». Представленные стадии обычно возникают в перечисленном порядке, но могут также возникать в любой последовательности или даже одновременно, если университет направляет свои интеллектуальные ресурсы на получение экономических результатов из знаний или непосредственно самих знаний.

Разные академические учреждения переходят на версию синтеза исследований и образования XXI века, основанную на противоречивом варианте XIX века. Ранее перевод интеллектуальных достижений в практический результат был связан с определенными академическими сферами, которые специализировались на сельском хозяйстве, инженерном деле или бизнесе. Будучи определяющей чертой нескольких учреждений, парадигма предпринимательского университета распространилась буквально на все университеты или была основана просто ради своей цели [4]. Например, Национальный Университет Сингапура, который ранее рассматривал свою основную роль в качестве образовательного учреждения для правящей элиты, расширил свои границы в ответ на Азиатский финансовый кризис конца 1990-х гг. Это было сделано для того, чтобы представить студентам предпринимательскую культуру как часть их обучения, обеспечить визиты в международные предпринимательские хабы, а также экспериментальное образование и практику в стартапах.

Предпринимательский академический переход в Сингапуре был вызван потерей своих высокотехнологичных отраслей обрабатывающей промышленности, на которых город-государство опиралось как на двигатель экономики. Под руководством правительства стратегия научной инновации как нового экономического стимула сместила акценты в системе начального и среднего образования: от обучения дисциплинированной рабочей силы до поощрения научных достижений и творчества в рамках подготовки к высшему образованию в расширенном секторе высшего образования. Новые университеты, ориентированные на технологии и бизнес, были созданы с учетом того, что даже Национальный Университет Сингапура получил предпринимательскую сферу компетенции. Значительно расширенный учебный и исследовательский сектор стал центром стратегии экономического

развития, основанного на знаниях. Сингапурский опыт представляет собой изолированный и сконцентрированный пример расширяющейся миссии университета, а также начального и среднего образования. В условиях перехода к обществу на основе знаний, университеты, как ожидается, должны внести свой вклад в улучшение существующих экономических кластеров и инициирование новых технологических траекторий, выходя далеко за рамки предыдущих ролей. Когда традиционные университеты – такие как Университет Хельсинки – медленно адаптируются, их переход может ускориться за счет новых конкурентов. Новые университеты, как Аалто в Хельсинки, создаются посредством объединения группы ранее не связанных специализированных школ с учетом предпринимательского фактора и миссии. Полный дизайн, инкубаторов и других предпринимательских возможностей, Университет Аалто является примером для подражания для финских университетов, которые, как ожидается, заменят экономическую значимость компании Nokia, снижающуюся в финской экономике.

В заключении можно отметить опыт Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова в образовании «Стартап Академии» успешно реализующую предпринимательскую деятельность университета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 **Кларк, Б. Р.** Создание предпринимательских университетов : организационные направления трансформации / пер. с англ. А. Смирнова; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2011. – 240 с.
- 2 **Ицковиц, Г.** «МТИ и восход предпринимательской науки», – Лондон : Routledge, 2002.
- 3 **Шимшони, Д.** (1970), «Гибкие ученые в американском производстве инструментов». – Т. 8. – Minerva, –С. 59–89.
- 4 **Вонг, ПохКам** «Академическое предпринимательство в Азии : роль и влияние университетов в национальной инновационной системе», Edward Elgar, Чедтенхем, 2011.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

A. A. Kudyshева¹, M. A. Pshembayev²

Жоғары білім беру жүйесінде кәсіпкерлікті жүзеге асырудың тарихи алғышарттары

^{1,2}Гуманитарлық-педагогикалық факультеті,

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,

Павлодар қ., Қазақстан Республикасы.

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

A. A. Kudyshева¹, A. M. Pshembayev²

The historical background of the implementation of entrepreneurship in higher education

^{1,2}Faculty of Humanities and Education,

S. Toraighyrov Pavlodar State University,

Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Оқыту, зерттеу және экономикалық және әлеуметтік даму салаларында бірнеше миссияға ие кәсіпкерлік университет ұғымы зерттеу университетін академиялық парадигма ретінде білдіреді. Кәсіпкерлік университеттің пайда болуы өнеркәсіп қоғамынан даму деңгейіне немесе академиялық дәстүрлерге қарамастан ғылымды қажетсінетінге көшудің басты факторы болып табылады. Бұл ауысуды кәсіпкерлік және академиялық қызметтің айналасында пайда болған өріске сүйене отырып болжауға болады.

The concept of entrepreneurial University, which has multiple missions in the areas of teaching, research, and economic and social development, means the beginning of a research University as the academic paradigm. The emergence of an entrepreneurial University is a key factor in the transition from an industrial society to a knowledge-based one, regardless of the level of development or academic traditions. This transition can be predicted on the basis of the controversy surrounding entrepreneurial and academic activities.

ГРНТИ 06.71.37

И. В. Мамонова

магистр экономических наук, ст. преподаватель, кафедра «Финансы и учет», Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

КРАУНФАНДИНГ – КАК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ФОРМА ФИНАНСИРОВАНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ СТАРТАПОВ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с экономическим феноменом финансирования студенческих бизнес проектов – краунфандингом. Проводится рассмотрение данного вида финансирования со времен его истоков. Рассматриваются конкретные пути привлечения инвестиций в финансирование проектов. В статье так же рассматриваются причины провала стартапов по разным критериям и объему обеспечения средствами.

Ключевые слова: краундфандинг, инвестиции, стартап, финансирование, конкуренция, кампания.

ВВЕДЕНИЕ

Народное финансирование или краудфандинг – экономический феномен, проявления которого были известны в Европе и на Руси и уходят в далёкое прошлое. Строительство храмов (Храм Христа спасителя), памятников (памятник Минину и Пожарскому в Москве), работа над текстами Шекспира частично были профинансированы с помощью народных денег.

То есть, формально, краудфандинг появился задолго до появления многих других способов финансирования. Однако, в современном понимании, когда сбор средств осуществляется в рамках краудфандинговой кампании, на специализированной краудфандинговой площадке, за определённый промежуток времени – этот феномен появился совсем недавно. Согласно Д. Фридману и М. Нутгину [2], бостонский программист и, по совместительству, музыкант Брайан Камелио в 2003 году создал портал artistShare, на котором другие музыканты могли искать финансирование для своих творческих проектов. Так, первым значительным успехом artistShare стал сбор средств на джазовый альбом Марии Шнейдер «Concert in a Garden». Удалось собрать более 130,000 долларов США. Этой суммы было достаточно для записи альбома, маркетинга и продвижения. Интересно, что в 2005 году, Мария была удостоена премии «Грэмми» за этот альбом.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В нашей стране краудфандинг появился уже после того, как на западе этот феномен доказал свою состоятельность. И на данный момент развивается чуть менее динамично и ярко чем его зарубежные коллеги: нет высокобюджетных и успешных проектов, меньше аудитория, уже охват по областям.

Рассматривая опыт Российской Федерации в краудфандинге можно провести анализ, что на данный момент в России действуют несколько площадок для краудфандинга это: Planeta.ru – портал был запущен в июне 2012 года после того, как удалось успешно реализовать проект по сбору денег для выпуска музыкального альбома «Spirit» популярной рок-группы «БИ-2».

За первый год существования портала общая сумма привлечённых средств составила 10 млн. рублей. На Planeta.ru представлены проекты по различным категориям: анимация, благотворительность, наука, фильмы/ видео, музыка, социальное предпринимательство и другие [5].

Среди российских площадок Planeta.ru самый успешный проект – по итогам 2014 года за всю историю проекта было собрано порядка 160 млн. рублей и успешно профинансировано 480 проектов [3].

Самыми популярными категориями оказались фильмы/видео, музыка и благотворительность. Рекорд по сборам принадлежит телеспектаклю «Петрушка» Владимира Мирзоева и Виктора Шендеровича – 5,8 млн рублей.

Boomstarter.ru – лауреат премии «стартап года 2012» в номинации «лучший социально значимый стартап» от бизнес-инкубатора НИУ ВШЭ. Boomstarter начал работу 21 августа 2012 года и сегодня является второй по популярности краудфандинговой площадкой в РФ.

По итогам 2014 года за всю историю проекта было собрано чуть менее 100 млн рублей. На Boomstarter среди самых популярных категорий есть «технологии» [13], что отличает портал от Planeta.ru финансирование с помощью краудфандинга.

Как происходит финансирование с помощью краудфандинговых площадок и какие шаги должен предпринимать стартап, чтобы получить средства? Информацию о проекте необходимо максимально эффективно донести до целевой аудитории и заинтересовать как можно больше людей в перспективности и значимости проекта. Исходя из практики, стартапам необходимо выполнить следующие шаги:

- составить план краудфандинговой кампании;
- продумать дизайн и оформление проекта;
- провести рекламную кампанию;
- провести после-проектную работу.

Многие решения принимаются в стартапе на лету без предварительного планирования. Однако процесс сбора средств должен быть продуманным

и поэтапным. Команде необходимо выбрать площадку для проведения краудфандинга, составить бюджет, поставить финансовые цели, проанализировать конкурентов, выбрать временной горизонт кампании, определить список вознаграждений.

В современном интернет-сообществе блеклый и не примечательный дизайн считается признаком плохого тона. Такой проект с высокой долей вероятности не наберёт нужной суммы из-за того, что будет выглядеть не привлекательно. Стоит отметить, что художественная составляющая часто создаётся не командой стартапа (если только сам стартап не является художественным), а привлекаемыми дизайнерами. Зачастую эту работу выполняют друзья или знакомые команды стартапа, так как на профессиональный дизайн нужно выделять существенные средства.

Ошибочно полагать, что реклама проекта начинается после старта краудфандинговой кампании. Профильные сообщества и СМИ необходимо заблаговременно уведомить о проекте, а также проводить работу с аудиторией в социальных сетях. Это позволит уже на старте кампании привлечь как можно больше дарителей.

Проводя краудфандинговую кампанию, стартап берёт на себя обязательства перед дарителями. Если эти обязательства включают в себя вознаграждение за участие в проекте, то стартапу необходимо выполнить эти обязательства и доставить вознаграждение дарителям.

В случае если дарителей много, то доставка вознаграждений может быть трудоёмкой задачей. Поэтому краудфандинговая кампания не заканчивается сбором средств. В случае успеха стартап ждёт серьёзная после-проектная работа.

Каждый из перечисленных шагов важен. Чтобы повысить шансы на успех, команда стартапа должна приложить максимум усилий на каждом из них.

Правовое поле финансирования стартапов с помощью краудфандинга это юридический аспект привлечения средств с помощью краудфандинга – тема активных обсуждений в интернет-сообществе. Так, в США государство первое отреагировало на нарастающую волну краудфандинга и в результате появился JOBS Act (Jump Our Business Startups). Основная суть закона заключается в том, что проект на краудфандинговой площадке может привлекать до одного млн. долларов США на специально упрощённых условиях. Детально с актом можно ознакомиться на веб-сайте комиссии по ценным бумагам и биржам США [4].

Другие развитые страны, анализируя эту ситуацию, увидели угрозу утечки капитала и талантов. В результате, сосед США – Канада разрешила привлекать до 1,5 млн. канадских долларов с помощью краудфандинга [1].

Недостатком такой структуры является исключение юридических лиц из процесса финансирования (т.е. даритель не может быть юридическим лицом) поскольку на такие сделки введён запрет.

Мотивация дарителей участвовать в краудфандинговых проектах

Новизна краудфандинга становится причиной сомнений для команд стартапов. Почему дарители помогают стартапам?

Безвозмездно предоставляют свои средства на реализацию чужих проектов, дают советы, помогают улучшить продукт?

Помощь, взаимовыручка и солидарность свойственны человеку. Согласно американскому социологу Джеффри Александру, солидарность является основой справедливости, это чувство принадлежности индивида к некой расширенной группе, к «целому», участие в котором предполагает обязанности, но дает также и право делить свои чувства с другими, а также возможность внести свой значимый вклад в общее дело.

Александр метафорически описывает солидарность как чувство, что «мы в одной лодке». Развитие краудфандинга в США подтверждает теорию солидарности – возможность внести вклад в значимое общее дело значительно повлияла на стремительное развитие популярности краудфандинга.

Не только солидарность является мотивом дарителя на краудфандинговой площадке. Недавние исследования, описанные в статье Марии Конниковой «The Psychology Behind Gift-Giving and Generosity» [5].

Это свидетельствует о том, что поступок дарения активирует в мозгу человека различные области, которые также активны при получении поощрения. Интересен тот факт, что во время дарения активность распространяется на большие части головного мозга. Это может свидетельствовать о том, что мотивы к дарению сформированы на уровне нервной системы и доставляют людям значительное удовлетворение.

Общество в своём влиянии на решение дарителей участвовать в том или ином проекте не менее важно, чем другие факторы.

Дафна Ойсерман в исследовании «Identity-based motivation: Implications for intervention» [1] выделяет конгруэнтные (identity-congruent) и не конгруэнтные (identity-incongruent) обществу действия. Если субъект рассматривает действие как конгруэнтное, то оно является значимым и его выполнение принесёт субъекту удовлетворение, в противном случае этого не произойдёт. Если общество одобряет людей, поддерживающих стартапы, то действия дарителя по поддержке стартапов с помощью краудфандинга принесут ему удовлетворение, поскольку они конгруэнтны обществу.

Причина такого разрыва в развитии:

– доступность венчурных средств (Venture capital availability), венчурные средства являются альтернативой краудфандингу. Чем ниже доступность

венчурных средств в развитой экономике, тем больше стартапов обращают своё внимание на альтернативные источники финансирования, в том числе краудфандинг;

– доверие и уверенность (Trustworthiness and confidence)

Опираясь на теорию Джеффри Александра, рассмотрим показатель отражающий уровень доверия и солидарности в обществе;

– сводный показатель восьмой группы (GCI 8th pillar: Financial market development).

Точность анализа ограничена, поскольку выборка состоит из менее чем 200 постов. К тому же, они написаны основателями стартапов, а они поделились только той частью истории, которую посчитали нужной. «Независимой стороны, которая бы оценила компанию не было.

В зависимости от отрасли, в которой работал проект, выделяются главные причины его провала. Так, фешн-компании чаще всего называли проблемы с деньгами (средства либо заканчивались, либо проекты не могли привлечь новое финансирование). Компании, работающие в сфере социальных медиа, чаще всего сталкивались с проблемами получения traction и создания жизнеспособной бизнес-модели. Основатели software-компаний утверждали, что их главной проблемой был слишком большой фокус на технических аспектах продукта и игнорирования реальных потребностей пользователей.

Но, тем не менее, проведенный анализ достаточно масштабный. Для стартапов, участвовавших в нем, наиболее часто упоминаемый основателями фактор – это даже не закончившиеся деньги, а нежизнеспособная бизнес-модель. По международным данным причины провала стартапов показаны на рисунке 1.

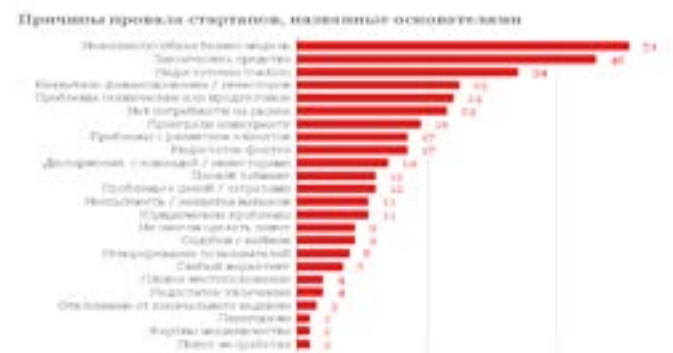


Рисунок 1 – Причины провала стартапов

Данные, собранные с постов разного времени – от начала 2000-х до сегодняшнего дня, также отображает причины в зависимости от отрасли стартапа, финансирования и объема привлеченных инвестиций.

При исследовании аспекта финансирования стартапов, Fractl выявили другой интересный паттерн. «Рассматривая собранные данные, и заметно, что стартапы с инвестициями чаще всего указывали причиной то, что у них закончились деньги», – говорит Джонс. Так 28 % проектов из 147, получивших финансирование, жаловались именно на это.

Причины провала стартапов с инвестициями показаны на рисунке 2.

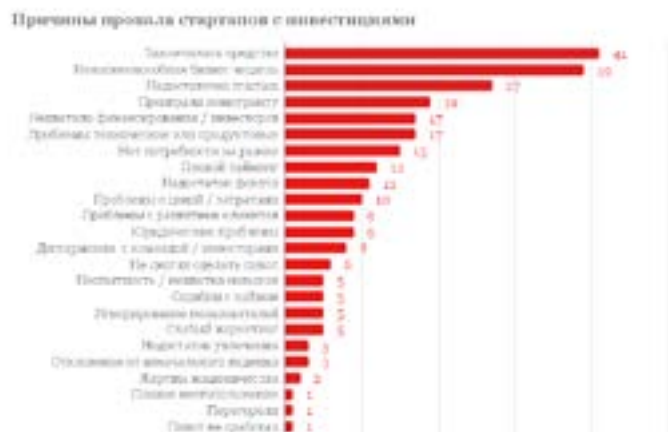


Рисунок 2 – Причины провала стартапов с инвестициями

Среди стартапов, которые развивались на собственные деньги, их нехватка была на 10 месте среди указанных причин.

Всего четыре из 40 проектов без инвестиций назвали ее в

Проекты без инвестиций чаще (в 15 % случаев) называли причиной провала недостаток опыта или нужных навыков (к примеру, отсутствие инженеров с правильной экспертизой).

В то время, как проекты с инвестициями жаловались на это только в трех процентах случаев.

Причины провала bootstrapped-стартапов показаны на рисунке 3.

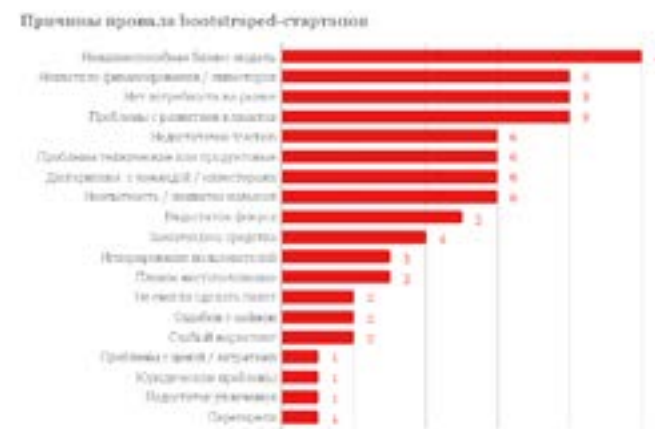


Рисунок 3 – Причины провала bootstrapped-стартапов

Удивительным выводом исследования стало то, что проекты с большим объемом инвестиций чаще всего терпели неудачу из-за конкуренции.

Это не было проблемой для стартапов без финансирования или с инвестициями менее одного миллиона долларов.

Но среди компаний, которые привлекли более 10 млн. долларов, конкуренция была одной из главных причин. Из 77 стартапов с восьмизначной суммой на счету 19 % сказали, что не выдержали конкуренции, несмотря на денежные вливания.

Таков был пример Gowalla, конкурента Foursquare, который привлек 10,4 млн. долларов прежде чем сдаться.

Причины провала стартапов с менее чем одним миллионом инвестиций показаны на рисунке 4.

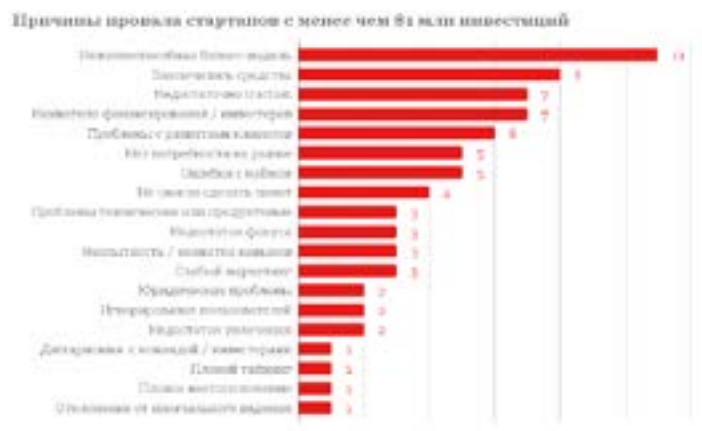


Рисунок 4 – Причины провала стартапов с менее чем одним миллионом инвестиций

Причины провала стартапов с не менее чем одним миллионом инвестиций показаны на рисунке 5.

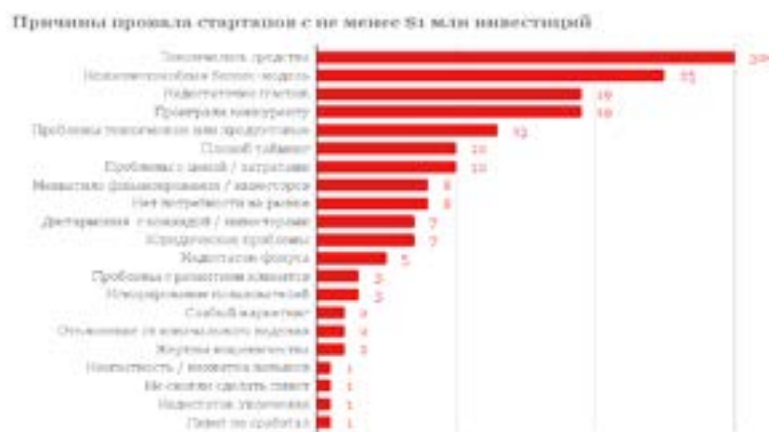


Рисунок 5 – Причины провала стартапов с не менее чем одним миллионом инвестиций

Причины провала стартапов с не менее чем десятью миллионом инвестиций показаны на рисунке 6.

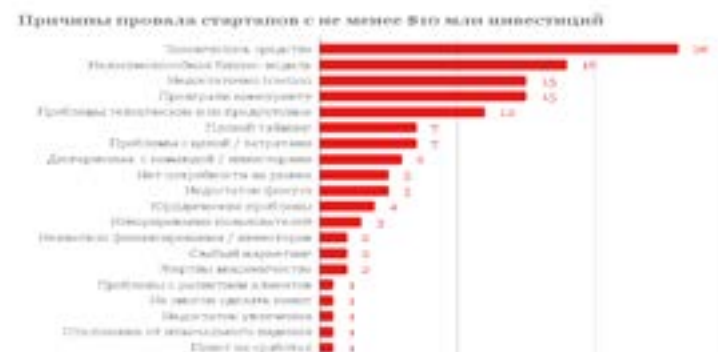


Рисунок 6 – Причины провала стартапов с не менее чем десятью миллионом инвестиций

Некоторые из постов основателей написаны сразу после закрытия компании, но некоторые – спустя годы. В любом случае, общей темой для них стало то, что осознание ситуации пришло уже после того, как все произошло.

«Во многих случаях, они не могли описать что пошло не так, пока все уже не было сделано. Думаю, основатели набираются мудрости после случившегося. Для меня, настоящая ценность именно в том, что они делятся этой информацией. Это помогает терпеливым основателям стартапов быть немного более осведомленными о том, что им стоит искать», – подводит итог Джонс.

Как уже говорилось ранее, главная идея краудфандинга – реализация идеи человека. Правда, общество само выбирает, какие идеи финансировать, а какие нет. По сути, краудфандинг очень точно отражает настроение и потребность толпы в целом. Оно показывает, что интересно обычным людям в данный момент.

Это краеугольный камень бизнеса – реализация человеческих потребностей. Только при этом не каждый бизнесмен делает то, что хотят окружающие. Но краудфандинг – это реальное отражение желаний толпы. Если они чем-то интересуются, значит, им это нужно, а, следовательно, они будут в это инвестировать свои деньги.

При этом краудфандинг хорош и для талантливых стартаперов, которые хотят реализовывать свои проекты, но не обладают своим капиталом. Помимо того, чтобы привлечь средства, грамотный бизнесмен может посмотреть, как встретят его проект обычные люди – если они захотят в него инвестировать, значит, им было бы интересно получить продукцию – результат его предпринимательской деятельности. И это уже повод развивать свой бизнес, и своеобразный тест на клиентов.

Также и с творческой деятельностью. Если фанаты хотят увидеть новый клип или песню исполнителя, новый фильм, или мультсериал, то они будут вкладывать свои деньги. Это сводит риски реципиентов к минимуму, и дает донорам почувствовать себя частью какого-либо более масштабного проекта.

Помимо этого, талантливые писатели получают возможность выпустить свои книги за счет своих читателей. Ведь очень часто, издательства бракуют книги, согласно своим зачастую очень странным критериям. И молодому писателю бывает очень сложно быть услышанным. И таким образом, фанаты получают возможность поддержать своего кумира, и помочь ему самореализоваться.

И самая человечная цель краудфандинга – помощь в благотворительности. Многие организации, занимающиеся помощью бездомным, пострадавшим во время стихийных бедствий, инвалидам, не имеют собственных средств. И краудфандинговые проекты для них – способ не только привлечь внимание к определенной проблеме, но и получить финансовую поддержку от каждого.

ВЫВОДЫ

С краудфандингом каждый может стать частью большего, вне зависимости от того, будет ли это инновационная идея, новый альбом неизвестной группы, или помощь больному ребенку. Это инвестиции, доступные каждому человеку, вне зависимости от его материального положения и веса в обществе.

Шесть отличительных признаков краудфандинга. Именно они и определяют это направление, помогают ему двигаться вперед и привлекать огромное количество доноров по всему миру. И именно благодаря им миллионы идей обрели средства на свое развитие, сотни тысяч людей нашли деньги на то, чтобы осуществить свои планы:

– четко определенная цель. Самый важный пункт. Перед тем как создать свой проект, реципиент должен заранее определиться с той целью, на которую он потратит деньги. Использование заемных средств на нужды, не указанные в проекте не допускаются.

– ограничение времени. Одна из самых важных частей краудфандинга. Она помогает реализовывать ту идею, о которой говорилось ранее – выявлять, что сейчас нужно людям. Если они испытывают в этом потребность, то они в определенные сроки инвестируют свои средства, и помогут в реализации идеи. Если нет – то проект закроется, так и не собрав нужное количество денег.

– риски. Вкладывая свои денежные средства, донор не получает никаких гарантий в том, что он сможет вернуть средства или получить прибыль. Это основной принцип инвестирования. При этом социальные и благотворительные проекты и вовсе не предполагают получения дохода донором.

– широкая специализация. Краудфандингом могут воспользоваться многие направления бизнеса, искусства и благотворительности. На современных площадках может соседствовать музыка, инновационные технологии, и помощь пострадавшим от землетрясения.

– открытость. Каждому желающему, не только донорам, предоставляется информация о ходе сбора средств, целях проекта и возможных наградах. Это делается для того, чтобы каждый мог понять, во что он хочет инвестировать, и увидеть бизнес в мельчайших деталях.

– главная цель – результат. Каждый проект обязан отчитываться своим донорам о том, как проходит реализация поставленных целей. И здесь тонкая грань – если проект провалился, к примеру компьютерная программа не нашла спроса среди пользователей, то все деньги, инвестированные в стартап, остаются в нем. Он считается убыточным, и все. Но если разработчик просто не стал писать программу, то он обязан вернуть деньги своим донорам.

Поэтому краудфандинг так и востребован во всем мире. Получают финансовую поддержку только те проекты, которые действительно интересны своей аудитории. Только то, что действительно будет пользоваться спросом, независимо от того, стартап это или благотворительность. Поэтому начинающим предпринимателям можно порекомендовать использовать краудфандинговые площадки не только как способ привлечения денежных средств, но и анализа клиентского интереса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Шкарупелая, М.** Стартап как элемент инновационной деятельности / М. Шкарупелая // Актуальные вопросы инновационной экономики. – 2014. – № 7. – С. 190–192.

2 **Михеев, М. В., Малышев, Н. И.** Проблемы управления стартап проектами / М. В. Михеев // Научная дискуссия : вопросы экономики и управления. – 2017. – № 5. – С. 69–73.

3 **Климин, С. А.** Краудфандинг как перспективный способ финансирования стартап-компаний / С. А. Климин // Молодой ученый. – 2017. – № 2. – С. 514–516.

4 **Мечик, С. В.** Краудфандинг как метод привлечения источников финансирования в стартап / С. В. Мечик // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12–4. – С. 690–692.

5 **Валитов, Ш. М., Ахметов, Ш. Т.** Особенности создания и реализации стартап-проектов в современной экономике / Ш. М. Валитов // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2015. – № 4. – С. 17–22.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

И. В. Мамонова

Краунфандинг – студенттік стартап жобаларды қаржыландырудың тиімді түрі

Мемлекеттік басқару бизнес және құқық факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

I. V. Mamonova

Crowdfunding as an alternative form of financing student startups

Faculty of Public Administration, Business and Law,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan,
Material received on 15.04.19.

Мақалада студенттердің бизнес-жобаларын қаржыландырудың экономикалық феноменімен байланысты мәселелер қарастырылады. Қаржыландырудың осы түріне оның пайда болуынан бастап қарау жатады. Жобаны қаржыландыруға инвестицияларды тартудың нақты жолдары бұзылады. Сондай-ақ, мақалада әртүрлі критерийлерге сәйкес стартаптардың сәтсіздіктерінің себептері және ақша қаражатын беру көлемі қарастырылады.

The article deals with issues related to the economic phenomenon of financing student business projects. Consideration is being given to this type of financing since its origins. The specific ways of attracting investments in project financing are frustrated. The article also discusses the reasons for the failure of startups according to different criteria and the amount of provision of funds.

ГРНТИ 06.71.37

И. В. Мамонова

магистр экономических наук, ст. преподаватель, кафедра «Финансы и учет»,
Факультет государственного управления бизнеса и права, Павлодарский
государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008,
Республика Казахстан

СТУДЕНЧЕСКОЕ БИЗНЕС ИНВЕСТИРОВАНИЕ

В статье рассматриваются вопросы связанные с экономическим обоснованием бизнес проекта студентов или молодым предпринимателем. Рассмотрены вопросы об ошибках совершаемых стартаперами на стадии формирования бизнес-идеи. Приведены возможные моменты решения возникающих проблемных вопросов.

Ключевые слова: инвестиции, стартап, финансирование, конкуренция, риск.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире довольно популярным вариантом начать собственное дело стали Start-up проекты. В основном, это молодые люди возрастом от восемнадцати до тридцати лет и их можно назвать представителями нового вида бизнеса. Они видят организацию предприятия по-своему и имеют очень много перспективных идей и интересных мыслей. В этом деле есть один важный момент – заинтересовать инвесторов, которые будут осуществлять финансирование стартапов.

Одним из слабых мест Start-up проекта является недостаточная финансовая грамотность и умение презентовать проект начинающими предпринимателями стартаперами. Многие авторы, имея техническое образование, продуцируя гениальную идею не могут воплотить ее в жизнь, в том числе и по причине отсутствия бизнес-образования. Большинство из стартаперов не владеют навыками анализа и оценки рынка, способности просчитывать будущие продажи и финансовую модель, способную заинтересовать инвесторов.

Самые большие проблемы стартаперов, особенно технологических предпринимателей связаны с хорошей ориентацией в технологии, при слабом потенциальном применении. Классические стартапы часто выходят из университетов и проходят все этапы развития подготовки по различным программам трансфера технологий и развития. Зачастую предприниматели не способны кратко и ясно довести свою идею до потенциальных инвесторов.

Стартаперы пытаются получить финансирование своего проекта не имеют изначального четкого видения того, что они будут делать и сколько это потребует чужих (инвесторов) денег. В наиболее благоприятной ситуации инвестор становится полноценным партнером, представляющим собственный опыт построения.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Одним из слабых мест стартапа является недостаточная финансовая грамотность и умение презентовать проект начинающими предпринимателями стартаперами. Многие авторы имея техническое образование, продуцируя гениальную идею не могут воплотить ее в жизнь, в том числе и по причине отсутствия бизнес-образования. Большинство из стартаперов не владеют навыками анализа и оценки рынка, способности просчитывать будущие продажи и финансовую модель, способную заинтересовать инвесторов.

Самые большие проблемы стартаперов, особенно технологических предпринимателей связаны с хорошей ориентацией в технологии, при слабом потенциальном применении. Классические стартапы часто выходят из университетов и проходят все этапы развития подготовки по различным программам трансфера технологий и развития. Зачастую предприниматели не способны кратко и ясно довести свою идею до потенциальных инвесторов.

Стартаперы пытаются получить финансирование своего проекта не имеют изначального четкого видения того, что они будут делать и сколько это потребует чужих (инвесторов) денег. Финансовую грамотность предпринимателей восполняют создаваемые, в том числе, венчурными фондами специальные образовательные программы.

Такие программы дают стартаперам возможность общения с людьми, которым самим приходилось организовывать стартапы, они непосредственно работали в инновационных компаниях, в деталях разбираются как нужно создавать и развивать такие фирмы. Первыми шагами в этом направлении рассматриваются умение написать бизнес-план, четко представлять что такое exit, P&L, go-to-marketstrategy. Повышение экономической компетенции новаторов преследует цель максимального ускорения и развития стартапа.

Дополнительное образование позволяет в своем роде по новому взглянуть на проект реализации, переосмыслить многие положения и, возможно, с большей вероятностью сказать получится или развалится данный проект. Если инноватора ждет неудача, то лучше об этом узнать как можно быстрее.

Функция и классификация стартапов должны объяснять, для удовлетворения каких именно потребительских нужд создается стартап. В ней нужно указать, почему ваше решение этих проблем лучше, чем

у конкурентов, и насколько окупятся расходы на бизнес. Рассмотрим различные виды бизнес моделей стартапов и преследующие их функции.

Создайте искусственный приток спроса. Можно собрать и продавцов, и покупателей определённого товара в одной виртуальной локации. Таким образом продавцы сразу получают спрос, а клиенты – предложение. Один из ярчайших примеров такой бизнес-модели – eBay. Идея работает, так как и продавцы, и покупатели начисляют друг другу рейтинг, а использование PayPal помогает проводить финансовые операции безопасно. Финансовые результаты компании eBay показывают, что эта модель хорошо работает, но не даёт ошеломительных результатов. В среднем за последние десять лет доход компании вырос на 17 %, прибыль – на 14 %, а цена акций – всего на 5 %. Доход на одного сотрудника (в компании их 33500) составляет примерно 479000, примерно на 40 % больше среднего показателя в сфере розничных продаж.

Снижайте цены для привлечения клиентов и увеличивайте доход впоследствии. Можно направить свои усилия на широкий рынок и продавать свой продукт по самой низкой цене, присовокупив к этому быструю доставку и высокое качество обслуживания. По мере роста компании можно расширить линию продукции, договориться с поставщиками о скидках, вкладывать средства в технологии, чтобы ускорить связь между клиентом и продавцом и оптимизировать финансовые операции.

Сэкономленное отразится снижением цен, что привлечёт клиентов.

Создайте условия для деловых отношений «клиент-клиент». Представьте себе такую ситуацию. Компания владеет несколькими машинами, которые практически никогда не выводят из гаража, используя их примерно три дня в месяц.

Бизнес-модель является важным элементом будущего бизнеса, особенно будущего стартапа, который, по большому счёту, создаётся на страх и риск основателей и инвесторов. Конкурентные преимущества стартап проектов показаны на рисунке 1.

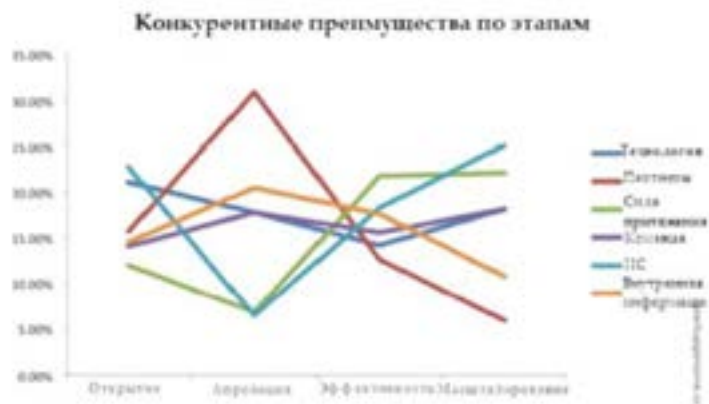


Рисунок 1 – Конкурентные преимущества по этапам

Компания Orpower, работающая в сфере поставки электроэнергии, при помощи коммунальных работников ведёт разъяснительную работу среди своих клиентов, призывая их использовать меньше энергии.

Это необычно, потому что почти каждый бизнес пытается заставить своих клиентов покупать большие объёмы своего продукта или услуги.

Эта модель довольно успешна, поскольку коммунальным предприятиям часто предоставляются льготы или субсидии от правительства или местных властей за внедрение различных программ энергоэффективности. Кроме того, клиенты в этом случае чувствуют себя более удовлетворёнными, так как видят свою полезность, получая возможность стать частью этих программ, не говоря уже об экономии собственных средств.

Как в этом списке не вспомнить Google. Компания производит продукцию (поиск, Android), которую она отдаёт бесплатно (другой стороне – партнёрам), с тем, чтобы побудить пользователей (третье лицо) пользоваться этими продуктами.

Основные проблемы по этапам стартап проекта показаны на рисунке 2.

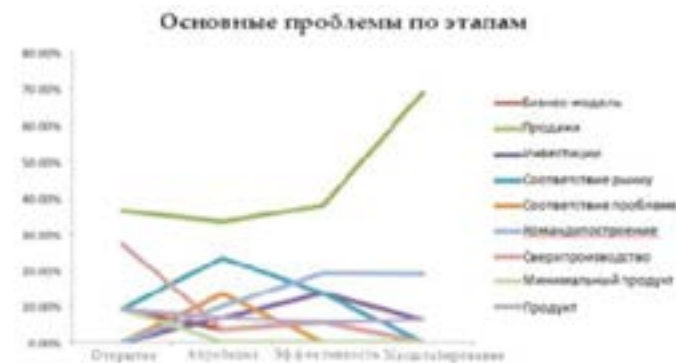


Рисунок 2 – Основные проблемы по этапам

В свою очередь, Google собирает информацию, полученную от использования своих продуктов, и превращает её в продукт для ещё одного лица (четвёртой стороны – рекламодателя), который покупает рекламную площадь, таргетированную на конкретную часть аудитории пользователей.

При создании стартапа, и определение его классификации необходимо учитывать как можно больший объём специфики рисков:

- каждому инновационному проекту присущи свои риски и эти риски могут быть разными даже на разных стадиях одного и того же проекта (это зависит от сложности инновационной услуги или продукта, а также зависит от готовности проекта);

- каждый инновационный проект характеризуется новизной уникальностью – это привносит сложность в параметризацию области рисков;

- инновационный проект характеризуется новизной и уникальностью

- это привносит сложность в параметризацию области рисков [3].

Значительную роль играют функционирующие в развитых странах различные системы экспертизы стартапов. Именно эти организации, в большинстве своем неправительственные, независимые от влияния государства и крупного капитала дают комплексную экспертизу и отсеивают по множеству различных критериев.

Деятельность таких организаций помогает компаниям определиться с бизнес-моделью, проверить ее в реальных условиях, вывести продажи и маркетинг на новый уровень. Агрегирующее звено в системе развития технических инноваций работает на повышение прозрачности и открытости рынка технологий, позволяет оценивать проекты исходя из максимально объективных стандартов.

Основными потенциальными инвесторами стартапов являются венчурные фонды, которые создаются специально для финансирования стартапов. Однако здесь возникают некоторые сложности, поскольку для получения кредита от венчурного фонда компания уже должна находиться на определенном этапе развития, обладать надежной репутацией и иметь конечную версию продукта. Большую роль играет ее место на рынке.

Стартапы умеют быстро подстраиваться под требования рынка, оперативно реагировать на его конъюнктуру, в отличие от крупных холдингов. Но слабым местом молодых проектов является недостаток оборотных средств и потребность в инвестициях. Финансирование стартапов может быть как внешним, так и внутренним, если стартап родился «внутри» уже работающего бизнеса.

Основными направлениями стартапов обычно становятся отрасли, наиболее подверженные инновационным изменениям:

- IT-технологии;
- образовательные программы;
- сфера услуг;
- научные разработки.

Для стартапера очень важно получить заемные средства для старта своего бизнеса быстро и без лишней бюрократии.

Поэтому многие из них выбирают вместо традиционного кредитования в банках другие инструменты для привлечения инвестиций.

Любой новый проект проходит несколько стадий развития: от рождения идеи, составления бизнес-плана, выпуска тестового экземпляра продукта до стадии роста и выхода на рынок, на каждом этапе он требует периодической финансовой поддержки. Инвесторами для стартапа могут выступать:

- друзья и родственники – они могут обеспечить начальный капитал;
- бизнес-ангелы – уже состоявшиеся бизнесмены, готовые расширять свою сферу влияния и ищущие, куда инвестировать свободный капитал;
- венчурные фонды – они берутся за финансирование даже самых рискованных проектов с условием получения солидной прибыли;
- государственные и частные структуры, предоставляющие безвозмездные гранты;
- частные инвесторы, привлекаемые на сетевых краудфандинговых площадках.

Если поиск потенциальных доноров увенчался успехом, собственнику нового предприятия следует решить, какой частью своего бизнеса он готов поделиться ради привлечения необходимых средств.

Гранты от различных фондов будут бесплатными, но получить их непросто – конкуренция очень высока.

Бизнес-ангелы, финансирующие стартап, требуют для себя долю в бизнесе. Некоторые готовы вложить деньги под процент с возвратом долга, но, как правило, на достаточно короткий срок.

Венчурные фонды инвестируют рискованно и щедро, но контролируют большую часть нового бизнеса через оформление собственности на его долю.

Этапы финансирования.

Финансирование стартапов обычно происходит по двум схемам:

- отложенное – когда инвестиционный договор предусматривает общую сумму вложений, и стадию проекта, после которой вливания денег прекращаются, и инвестор получает прибыль;
 - веерное – когда финансируются только высокодоходные проекты и только со стадии роста.
- Для каждого этапа стартапа требуется определенная сумма инвестиций, которая рассчитывается в перспективном плане вложений.

Динамика развития бизнеса подразумевает рост вливаний до этапа расширения и выхода на потенциальные рынки.

Первый этап, от зарождения бизнес-идеи до презентации продукта, проходит на собственные средства стартапера.

Чтобы донести идею до потенциальных инвесторов, придется вложиться в подготовку рекламной кампании и выпуск тестовых образцов.

Второй этап – это старт проекта и выпуск первой партии продукта. Он требует уже большего количества средств и привлечения сторонних инвесторов.

Третьей стадией можно считать стадию роста – бизнес развивается и укрепляется на рынке. На этом этапе инвесторы начинают получать дивиденды от своих вложений. Цикл финансирования стартапа показан на рисунке 4.



Рисунок 3 – Цикл финансирования стартапа

На сегодняшний день инновационный рынок в Казахстане активно развивается и привлекает все большее количество новых идей и проектов. Для поддержки и развития перспективных направлений государство разработало программы по поддержке молодых предпринимателей. Финансирование стартапов в Казахстане можно получить:

– как поддержку государственных фондов – фонд ДАМУ предоставит беззалоговый кредит под низкий процент, а агентство НАТР выделит гранты для стартапов по направлениям промышленности, науки и высоких технологий;

– через благотворительный фонд САБИ – победив на ежегодном конкурсе, можно получить серьезный финансовый приз и возможность привлечь инвестирование от фонда Singularteam;

– в клубе молодых предпринимателей MOST – неформальный ресурс бизнес-ангелов и бизнес-инкубаторов не только предоставляет финансирование стартапов, но и оказывает консультационную поддержку начинающим предпринимателям.

Стартаперы, располагая наиболее полным объемом информации о факторах способствующих успеху на рынке, могут принять наиболее верное решение. Экспертные организации выявляют перспективные стартапы и демонстрируют их отечественным и зарубежным инвесторам. Это дает возможность молодым предпринимателям заявить о себе, выслушать мнение экспертов, исходя из этого скорректировать проект, и возможно, найти новых партнеров. Достаточная статистика по проектам дает стартаперам большие возможности для участия в различных конкурсах, быстрее и в большем объеме привлекать деньги, обращать внимание инвесторов на перспективные стартапы.

ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволило сделать следующие заключения:

– в современном мире наиболее значимым, и следовательно, успешно функционирующим является бизнес, решающий существенные для общества проблемы и находящий направления и методы реализации важных задач, иначе говоря польза для людей выступает основой прибыльности для компании;

– механизм успешного развития стартапов представляет собой целенаправленно сформированное, в том числе государством, взаимодействие совокупности финансовых, интеллектуальных, информационных ресурсов, организационных структур, конкретных форм и методов воздействия на инвестиционный процесс на макро и микроуровнях в интересах развития малых инновационных предприятий;

– активное развитие инновационных стартапов происходит в условиях перехода от индустриального к информационному обществу, новому технологическому укладу, обусловившему возрастание роли личностного фактора, знаний и информации. Развитие малого инновационного бизнеса осуществляется в условиях не конфронтации с крупными монополиями, а как органическая составляющая национальной экономики, усиливающая и дополняющая часть, активизирующая свои преимущества в эффективном сотрудничестве с ведущими национальными и мировыми компаниями;

– в силу уникальности каждой страны не стоит копировать полностью модель создания стартапов в тех же США. Пример таких стран как Южная Корея, Израиль, Великобритания и другие демонстрируют позитивную возможность создания стартапов своеобразными и нетипичными методами, давшими внушительный положительный результат. Стартаперам и разработчикам инновационной инфраструктуры стоит учитывать методы этих стран при установлении правил в данной сфере, но не копировать их полностью;

– успех в развитии стартапа является результатом тяжелой деятельности, требующий большого упорства и активности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Фэлд, Б., Мендельсон, Дж.** Привлечение инвестиций в стартап / Б. Фэлд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 288 с.

2 **Рис, Э.** Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 253 с.

3 **Валитов, Ш. М., Ахметов, Ш. Т.** Особенности создания и реализации стартап-проектов в современной экономике / Ш. М. Валитов // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 4. – С. 17–22.

4 **Евдокимова, С. С., Антонова, Н. Г.** Финансовые меры поддержки малого предпринимательства в РФ / С. С. Евдокимова // Материалы IX Международной НПК «Научные достижения и перспективы XXI века» / Новосибирск: EDUCATIO. – 2017. – С. 42–47.

5 **Бланк, С., Дорф, Б.** Стартап: настольная книга основателя / С. Бланк. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 616 с.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

И. В. Мамонова

Студенттік бизнес инвестициялары

Мемлекеттік басқару бизнес және құқық факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

I. V. Mamonova

Student business investment

Faculty of Public Administration Business and Law,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan,
Material received on 15.04.19.

Мақалада студенттердің немесе жас кәсіпкердің бизнес-жобаларының экономикалық негіздемесіне қатысты мәселелер қарастырылады. Бизнес-идеяны қалыптастыру кезеңінде стартаптар жасаған қателер туралы сұрақтар қарастырылады. Пайда болған мәселелерді шешудің мүмкін сәттері бар.

The article deals with issues related to the economic rationale of a business project by students or a young entrepreneur. Questions about mistakes made by startups at the stage of forming a business idea are considered. There are possible moments for solving emerging issues.

ГРНТИ 06.56.21

А. Е. Мейрамғалиева

магистрант, Гуманитарно-педагогический факультат, Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар 140008, Республика Казахстан

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ
ОБРАЗОВАНИИ**

В статье рассматривается изучение особенностей предпринимательства в сфере дополнительного образования. В качестве основной цели деятельности образовательных организаций выступает образовательная деятельность по реализации различных образовательных программ. А, предпринимательская деятельность образовательных организаций должна служить образовательной деятельности.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, дополнительное образование, мотивация.

Предпринимательская деятельность является важнейшей чертой современной экономики. Основными её характеристиками являются: инициативность, самостоятельность, систематичность, новаторство, риск. Цель такой деятельности – получение прибыли. В настоящее время в Казахстане предпринимательство развивается в различных сферах, имея в каждой сфере свои особенности.

Целью данного исследования является анализ особенностей предпринимательства в сфере дополнительного образования. Эти особенности связаны, прежде всего, с тем, что образование относится к отраслям социальной сферы.

Согласно статье 1 Закона РК «Об образовании», «дополнительное образование – это процесс воспитания и обучения, который осуществляется с целью удовлетворения всесторонних потребностей обучающихся и воспитанников». Основным смыслом дополнительного образования детей определяется его предназначением стать неотъемлемой частью системы общего среднего образования детей, при этом реализуется с учетом интересов и потребностей детей и их родителей. Оно может расширять предметные знания, добавлять новые компоненты, увеличивать знания личности, оснащая

его новыми средствами познания, труда и общения, усиливать мотивацию образовательной деятельности, давая возможность полнее проявить себя. При этом, в отличие от основного, по своему «местоположению» в системе образования дополнительное образование детей находится за пределами государственного образовательного стандарта.

Дополнительное образование является сегодня актуальным полноценным и необходимым компонентом системы непрерывного образования.

Организации дополнительного образования детей наиболее приближены к запросам детей и гибко реагируют на новые образовательные потребности.

Дополнительное образование детей в системе непрерывного образования направлено на формирование и развитие творческих способностей детей, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном, физическом совершенствовании, а также организацию их свободного времени.

Системное развитие дополнительного образования детей как сферы, предоставляющей возможности выбора культурно-образовательных, развивающих программ, обеспечивающих полезную занятость и саморазвитие детей, возможно только на качественно обновленном фундаменте – нормативной правовой базе.

Деятельность системы дополнительного образования детей регламентирована законодательными и нормативными правовыми актами:

– Закон Республики Казахстан «Об образовании» (статьи 1, 4, 5, 6, 11, 14, 23, 28, 37, 51, 52, 63, 65). 146;

– Распоряжение Премьер-Министра РК «Об организации оздоровительного отдыха, досуга и занятости детей в период летних каникул на 2011-2015 годы» (от 28 июня 2011 года № 86-р);

– Национальный план действий по развитию функциональной грамотности школьников на 2012–2016 годы (ППРК от 25 июня 2012 года № 832);

– Типовой комплексный план по усилению воспитательного компонента процесса обучения во всех организациях образования (ППРК от 29 июня 2012 г. № 873) включает комплекс ценностных идеологических установок, пропаганду здорового образа жизни и семейного благополучия.

– Типовые правила деятельности организаций дополнительного образования для детей (ППРК от 17 мая 2013 года № 499);

– Типовые правила деятельности видов организаций дополнительного образования для детей (приказ МОН РК от 14.06.2013 г. № 228)

Дополнительное образование формирует у ребёнка самосознание, ощущение собственной личности. Он удовлетворяет свои творческие потребности, развивает интересы, усваивает знания в том темпе и объёме, которые ему позволяют индивидуальные способности

Педагоги имеют возможность свободного построения программ с учётом интересов детей. Могут выстраивать образовательный процесс таким образом, чтобы каждый ребёнок получил возможность реализовать свои способности и научился не отдельным умением и навыкам, а овладел целой системой понятий, представлений, практических действий. Таким образом, дети пробуют свои силы в различных видах деятельности, учатся «примерять» свои физические и психологические качества к разным ситуациям. Это даёт им преимущество в приобретении практического опыта и овладении различными компетенциями.

Дополнительное образование это новое дополнение к основному образовательному процессу, так как дополнительное образование способно решить целый комплекс задач:

- выровнять стартовые возможности развития личности ребёнка;
- способствовать выбору его индивидуального образовательного пути;
- обеспечить каждому ученику «ситуацию успеха»;
- содействовать самореализации личности ребёнка и педагога.

Таким образом, дополнительное образование обладает возможностью объединить в единый процесс обучение, воспитание и развитие ребёнка. Предоставляет обучающимся широкие возможности для получения современного качественного образования, а с внедрением внеурочной деятельности детей в систему общеобразовательных школ способствует развитию творческого инициативного и компетентного гражданина Казахстана.

С каждым годом растёт численность учреждения дополнительного образования как и государственных, так и частных. Учреждение дополнительного образования детей – это новый тип образовательного учреждения, имеющий свою специфику и задачи в едином образовательном пространстве, основной из которых – это создать такие условия, чтобы ребенок с раннего возраста активно развивался в соответствии с его интересами, желаниями и имеющимся потенциалом, постоянно стремился узнать что-то новое, изучал окружающую среду, пробовал свои силы в изобретательстве, творческой деятельности, спорте. Очевидно, что в рамках одних только школьных предметов эту задачу решить невозможно.

Правовые возможности для предпринимательской деятельности обозначены в Конституции РК, Гражданском кодексе РК, в Предпринимательском кодексе РК и т.д. Однако понятие «предпринимательская деятельность в образовании» законодательством чётко не определено. Согласно статье 37-1, Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года «Об образовании», индивидуальная педагогическая деятельность, сопровождающаяся получением доходов, является предпринимательской

деятельностью. В главе «Финансовое обеспечение системы образования», речь идёт о более широких аспектах деятельности образовательных организаций, чем предпринимательская деятельность.

На основе этого, можно сделать вывод предпринимательская деятельность осуществляется образовательным учреждением с одной целью – получить дополнительный доход.

На сегодняшний день в Казахстане увеличилось число организации дополнительного образования на основе индивидуального предпринимательство. Это связано с тем что, разрешение на реализацию своего права на предпринимательскую деятельность образовательному учреждению не требуется. Виды деятельности обязательно должны быть указаны в уставе. Этот перечень можно изменять, изменяя устав. Также, качество предоставляемых услуг образовательным учреждением на основе индивидуального предпринимательство не проверяется, так как в законодательстве Республики Казахстан не имеются нормативно-правовые документы, регламентирующие правила работы организации дополнительного образования на основе предпринимательской деятельности.

В качестве основной цели деятельности образовательных организаций выступает образовательная деятельность по реализации различных образовательных программ. Можно сделать вывод, что предпринимательская деятельность образовательных организаций должна служить образовательной деятельности. Следует отметить, что образовательная деятельность невозможна без выполнения целого ряда дополнительных видов деятельности, таких как, управление учреждением, материально-техническое и хозяйственное обеспечение, бухгалтерское обслуживание и др. На наш взгляд, было бы целесообразно законодательно определить правила работы, понятие и виды предпринимательской деятельности, которыми вправе заниматься образовательная организация. Можно согласиться с теми исследователями, которые считают, что нужна правовая доработка законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность в сфере образования, с учетом всех особенностей данной сферы.

Таким образом, чёткие границы предпринимательства в сфере образования законодательством не определены. Необходимо отметить, что свобода предпринимательской деятельности дополнительных образовательных организаций не ограничена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 «Дополнительное образование детей в Республике Казахстан : состояние и перспективы развития» (методические рекомендации) –

Республиканский учебно-методический центр дополнительного образования, Астана, 2015. – 226 с.

2 **Морозова, Н. А.** Дополнительное образование – многоуровневая система в непрерывном образовании / Н. А. Морозова – М. : МГУП, 2001.

3 **Золотарева, А. В.** Современные проблемы дополнительного образования детей: Учебное пособие. – Ярославль, 2014.

4 Закон Республики Казахстан «Об образовании». – Астана, 2007.

5 Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы. Указ Президента Республики Казахстан от 7 декабря 2010 года № 1118.

6 Послание Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050 : Единая цель, единые интересы, единое будущее», г. Астана, 17 января 2014 года.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

А. Е. Мейрамғалиева

Қосымша білім берудегі кәсіпкерлік қызметтің ерекшеліктері

Гуманитарлық педагогикалық факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

A. E. Meiramgalieva

Picularities of entrepreneurial activity in the additional education

Faculty of Humanities and Education,
S. Toraihyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада қосымша білім беру саласындағы кәсіпкерліктің ерекшеліктерін зерттеу қарастырылады. Білім беру ұйымдары қызметінің негізгі мақсаты ретінде түрлі білім беру бағдарламаларын іске асыру бойынша білім беру қызметі болып табылады. Білім беру ұйымдарының кәсіпкерлік қызметі білім беру қызметіне қызмет етуі тиіс.

The article deals with the study of the features of entrepreneurship in the field of additional education. The main goal of the activities of educational organizations is educational activities for the implementation of various educational programs. And, business activities of educational organizations should serve educational activities.

ГРНТИ 06.56.45

М. М. Мухамедова¹, А. Н. Ксембаева²

¹магистр, ст. преподаватель, Факультет государственного управления бизнеса и права Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

^{1,2}магистр, ст. преподаватель, Факультет государственного управления бизнеса и права Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹madina_muratova@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РК

В статье рассмотрены виды финансовой и нефинансовой государственной поддержки бизнеса, правила льготного кредитования, структура бизнес плана для получения льготного кредитования

Ключевые слова: финансирование, государственная поддержка, льготное кредитование, малый и средний бизнес, бизнес план.

ВВЕДЕНИЕ

Государство для достижения экономического роста должно направить вектор регулирующего воздействия на создание и внедрение механизма поддержки малого и среднего бизнеса. Любой рост производства продукции влечет за собой создание дополнительных рабочих мест, увеличение объема реализации продукции, рост налоговых и неналоговых отчислений в бюджет и внебюджетные фонды. Формируемые из разных источников финансовые ресурсы дают возможность компании своевременно инвестировать средства в новое производство, обеспечить при необходимости расширение и техническое перевооружение действующих производств и т.д.

На сегодняшний день в Казахстане в рамках государственной поддержки предпринимательства предоставляется широкий спектр финансовых инструментов – это и грантовое финансирование, и льготное кредитование, субсидии, гарантирование кредитов и многое другое.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В настоящее время систему предпринимательского законодательства РК составляют Конституция РК, Гражданский кодекс РК и другие нормативные правовые акты. В частности, нормативные правовые акты:

– устанавливающие основные начала осуществления предпринимательской деятельности;

– нормативные правовые акты о государственной поддержке малого предпринимательства («Об утверждении Правил предоставления субъектам малого предпринимательства в имущественный наем (аренду) или доверительное управление с правом последующей безвозмездной передачи в собственность неиспользуемых объектов республиканской государственной собственности» Приказ и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 253. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 6 мая 2015 года № 10955. и др.);

– нормативные правовые акты о государственной поддержке инновационной деятельности (Закон РК «О науке» от 18 февраля 2011 года № 407-IV.; Указ Президента РК «О мерах по дальнейшему повышению конкурентоспособности национальной экономики в рамках индустриально-инновационной политики Республики Казахстан» от 16 марта 2006 г. № 65; и др.);

– нормативные правовые акты о защите прав потребителей (Закон Казахской ССР «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV.; Закон РК «О потребительском кооперативе» от 8 мая 2001 г. № 197-II);

– нормативные правовые акты о поддержке отечественных товаропроизводителей (Закон РК «О государственных закупках» от 4 декабря 2015 года № 434-V ЗРК.);

– нормативные правовые акты, регулирующие отдельные виды предпринимательской деятельности (Закон РК «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» от 31 августа 1995 г. № 2444; Закон РК «Об аудиторской деятельности» от 20 ноября 1998 г. № 304-I; Закон РК «О страховой деятельности» от 18 декабря 2000 г. № 126-II; Закон РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 г. № 211-II; и др.);

– нормативные правовые акты общего характера, регулирующие отдельные аспекты предпринимательской деятельности (Уголовный кодекс РК от 16 июля 1997 г. № 167-I; Кодекс РК об административных правонарушениях от 30 января 2001 г. № 155-II; Таможенный кодекс РК от 5 апреля 2003 г. № 401-II; Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) от 10 декабря 2008 г. № 99-IV ЗРК и др.).

К организациям, выполняющим государственную поддержку, относятся следующие государственные компании:

Министерство индустрии и торговли – Высший государственный орган, реализующий политику и ответственный за развитие частного предпринимательства;

Департамент развития предпринимательства осуществляет функции по формированию государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития и поддержки предпринимательства;

Центров поддержки предпринимательства (далее – ЦПП) расположенных во всех районах области и Центра обслуживания предпринимательства (далее – ЦОП);

Департамент предпринимательства и промышленности создан для реализации государственной политики в области развития и поддержки предпринимательства при акиматах;

Аппаратами акимов городов и районов республики – государственной структуры поддержки предпринимательства в республике;

Отделы экономики и бюджетного планирования или Отделы экономики и финансов, участвуют в реализации государственной политики в области предпринимательства;

АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий». Основная цель Центра состоит в повышении конкурентоспособности отраслей реального сектора экономики Казахстана путем организации трансферта новых технологий, а также активизации инновационной деятельности в республике;

АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «Kaznex» оказывает информационно-аналитическую поддержку Правительству в области формирования государственной политики, в том числе и по развитию предпринимательства;

АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» – содействие качественному развитию малого и среднего бизнеса, а также микрофинансовых организаций Казахстана в роли интегратора и оператора предоставления финансовых, консалтинговых услуг;

АО «Национальный инновационный фонд» оказывает финансовую поддержку инновационных предпринимательских инициатив путем привлечения инвестиций и финансирования проектов;

АО «Инвестиционный фонд Казахстана» – финансовая поддержка путем инвестирования в уставный капитал предприятий, производящих углубленную переработку сырья и материалов, с использованием современных и передовых технологий;

АО «Банк Развития Казахстана» – финансовая поддержка;

Технопарки, бизнес-инкубаторы, промышленные зоны – материально-техническая поддержка предпринимательства на этапе его становления и развития.

Акционерное общество «Фонд развития предпринимательства «Даму» (далее – Фонд «Даму») создан на основании постановления Правительства

Республики Казахстан от 26 апреля 1997 года № 665 «О создании Фонда развития малого предпринимательства».

В соответствии с Указом Президента Республики Казахстан «О некоторых мерах по оптимизации системы управления институтами развития, финансовыми организациями и развития национальной экономики» № 571 от 22 мая 2013 года, единственным акционером Фонда «Даму» является АО «Национальный управляющий холдинг «Байтерек».

Фонд «Даму» имеет более чем 20 летний опыт поддержки малого и среднего бизнеса в Казахстане. До 2010 года большая часть участников программ Фонда «Даму» получала финансовую поддержку в рамках программ обусловленного размещения средств в банках второго уровня. Реализация программ обусловленного размещения средств сыграла немаловажную роль в снижении общего уровня процентных ставок вознаграждения по кредитам субъектов малого и среднего предпринимательства.

Фонд «Даму» оказывает финансовую и нефинансовую поддержку предприятиям малого и среднего бизнеса.

Виды финансовой поддержки:

- льготное кредитование через банки второго уровня в рамках целевых программ для регионов и отдельных отраслей, микрокредитование через микрокредитные организации;
- субсидирование – снижение ставки вознаграждения по кредитам на развитие бизнеса, выдаваемым банками;
- гарантирование – предоставление частичной гарантии в качестве залога по кредитам банков.

Виды нефинансовой поддержки – осуществляются в Центрах обслуживания предпринимателей:

- бесплатные семинары и мастер-классы по профильным направлениям бизнеса;
- бесплатный консалтинг и сервисная поддержка по важнейшим направлениям ведения бизнеса и госпрограммам поддержки МСБ.

Благодаря запуску с 2010 года государственной программы «Дорожная карта бизнеса 2020» значительно расширился спектр инструментов поддержки предпринимательства через Фонд «Даму». В частности, было начато субсидирование ставок вознаграждения по кредитам субъектов малого и среднего бизнеса, гарантирование кредитов субъектов малого и среднего бизнеса, а также стартовала масштабная реализация программ обучения и консультационной поддержки малого и среднего бизнеса. Едина Программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2020» включает в себя:

Первое направление Программы предусматривает оказание предпринимателям следующих мер финансовой поддержки:

- 1) субсидирование части ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;
- 2) частичное гарантирование по кредитам банков/банка развития;
- 3) предоставление государственных грантов;
- 4) микрокредитование субъектов малого предпринимательства;
- 5) субсидирование части ставки вознаграждения по микрокредитам частных микрофинансовых организаций.

Второе направление Программы предусматривает оказание предпринимателям следующих мер финансовой поддержки:

- 1) субсидирование ставки вознаграждения по кредитам /договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;
- 2) частичное гарантирование по кредитам банков/банка развития;
- 3) развитие производственной (индустриальной) инфраструктуры;
- 4) создание индустриальных зон;
- 5) долгосрочное лизинговое финансирование.

Третье направление: снижение валютных рисков предпринимателей.

Четвертое направление: нефинансовые меры поддержки предпринимательства.

Нефинансовые меры поддержки предпринимательства предусматривают оказание государственной нефинансовой поддержки субъектам частного предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой по следующим функциональным направлениям:

- 1) информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства;
- 2) развитие компетенций предпринимателей;
- 3) повышение производительности предпринимателей;
- 4) расширение деловых связей.

Кредитование через банки второго уровня, лизинговые компании, микрофинансовые организации для бизнеса реализуется через следующие программы:

– Даму – Микро. (Программа обусловленного размещения средств в микрофинансовых организациях для последующего финансирования субъектов микро– и малого предпринимательства);

– Даму – Лизинг. (Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства);

– Даму – Факторинг. (Программа обусловленного размещения средств в банках второго уровня и иных организациях для последующего кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства с использованием факторинга);

– Даму Регионы. (Программа предусматривает схему софинансирования средств Фонда и средств Банка и последующее финансирование СМСП

в секторах экономики в соответствии с условиями Единой программы финансирования ДКБ 2020);

– Программа поддержки МСБ в сфере обрабатывающей промышленности 1,2,3 транш;

– Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства «Еңбек». (Программа продуктивной занятости и массового предпринимательства);

– Финансирование за счет средств АБР. (Программа финансирования СМСП за счет средств займа Азиатского Банка Развития);

– Финансирование за счет средств ЕБРР. (Программа финансирования СМСП за счет средств займа Европейского Банка Реконструкции и Развития);

– и другие региональные программы.

Банками партнерами Фонда Даму являются 25 коммерческих банков.

По сравнению с большими и стабильными предприятиями малый бизнес имеет высокий процент вероятности краха. В этом случае взыскание задолженности станет болезненным вопросом для всех сотрудничающих сторон. Несмотря на такие перспективы, многие банки оказывают услуги льготного кредитования. В его основе лежат следующие составляющие:

- пониженная процентная ставка;
- пролонгированный срок погашения ссуды;
- упрощенная система получения кредита.

Банковские программы в 2017 году направлены именно на стимулирование развития МСБ, поскольку финансовая перспективность определена внутренним потенциалом. Самое главное – разработать и использовать эффективные инструменты для снижения рисков при анализе каждого отдельного бизнеса. В таком случае будет выстроена взаимовыгодная концепция кредитования, которая для каждого предпринимателя подбирается индивидуально. Тенденции и статистика показывают, что кредитный портфель МСБ увеличивается, число заявок стабильно растет.

Развитие предпринимательской деятельности активно реализуется. Преимущественный объем заявок поступал от предпринимателей, занятых торговой деятельностью. Например, кто хотел открыть свой магазин. На втором и третьем месте – сельское хозяйство и промышленность.

Льготное кредитование малого бизнеса банками и поддержка на государственном уровне дают возможность начинающим предпринимателям и стартаперам уверенно реализовывать планы и добиваться поставленных целей. На это нацелена и президентская инициатива, которая предполагает нивелирование значения залогового обеспечения. Микрокредитование для малого бизнеса дает шанс начать деятельность тысячам казахстанцам.

Темпы роста МСБ продолжают, поэтому и в следующем 2018–2019 году ожидается увеличение количества предпринимателей.

Объемы кредитования малого бизнеса очень сильно зависят от выделения средств в рамках государственных программ поддержки приоритетных отраслей. Так, например, рост объемов кредитования субъектов малого предпринимательства в 2014–2015 гг. был обусловлен выделением 200 млрд. тенге из средств Национального фонда для финансирования субъектов МСБ через банки (оператором выступали фонд «Даму» и Банк развития Казахстана). В феврале 2016 г. для финансирования кредитования МСБ были выделены средства из пенсионных активов, аккумулированных ЕНПФ.

Объем выделенных средств составил 200 млрд. тенге, которые были распределены среди банков, причем условием участия банков в программе было пятидесятипроцентное финансирование кредитования МСБ за счет собственных средств. Кроме того, вырос объем средств, выделяемых через фонд «КазАгр», что обусловило рост кредитования сельского хозяйства, в том числе субъектов малого бизнеса, занятого в этой отрасли. В целом же в 2016 г. государство выделило почти полтора триллиона тенге для реализации стимулирующих антикризисных мер. В то же время стоит отметить, что рост кредитной активности банков в 2016 г. был обусловлен не только мерами государственной поддержки, но и восстановлением внешнеэкономической конъюнктуры вкупе со стабилизацией тенге.

Согласно условиям программ, льготный кредит может получить любой казахстанец, это могут быть действующие и начинающие предприниматели.

Максимальная сумма кредита составляет 8 тыс. МРП, сроком до 5 лет под 6 % годовых, без комиссий. При этом льготный период составляет 1/3 от срока кредитования.

Получить льготный кредит практически на любые цели можно уже сейчас, представив свой бизнес-план в любом отделении банков для юридических лиц.

Бизнес-план заемщика или технико-экономическое обоснование кредита, или иные документы, позволяющие произвести оценку кредитоспособности Заемщика, не ограничиваясь нижеизложенным, должен предусматривать следующие сведения: описание деятельности с указанием целей использования кредита; рынки сбыта и маркетинговую стратегию Заемщика; оценка рисков и управления ими; детализированные по годам финансовый план (финансовые показатели реализации бизнес-плана по годам, источники и объемы финансирования бизнес-плана и погашения кредита) и смета расходов.

Рекомендуемые требования к содержанию общей части технико-экономического обоснования (вне зависимости от цели финансирования):

1. Общие исходные данные и условия:
 - 1.1. Сумма кредита (гарантии/аккредитива).
 - 1.2. Цель финансирования.
 - 1.3. Период реализации проекта и срок запрашиваемого кредита (гарантии/аккредитива).
 - 1.4. Условия предоставления запрашиваемых финансовых инструментов (кредит, гарантия, аккредитив). Источники финансирования: собственные и заемные.
 - 1.5. Источник погашения кредита (гарантии/аккредитива).
2. Информация о хозяйствующем субъекте:
 - 2.1. Полное наименование хозяйствующего субъекта.
 - 2.2. Организационно-правовая форма.
 - 2.3. Дата образования, перерегистрации и т.д. Свидетельство о регистрации.
 - 2.4. Основные собственники компании.
 - 2.5. Первый руководитель, главный бухгалтер (при наличии).
 - 2.6. Филиалы и аффилированные компании (при наличии).
 - 2.7. Основные виды деятельности. Подробное описание деятельности компании.
 - 2.8. Опыт компании в реализации подобных проектов (подробное описание).
 - 2.9. Численность работников компании.
 - 2.10. Характеристика управленческого персонала компании (квалификация и опыт работы).
 - 2.11. Деловая репутация компании.
 - 2.12. Кредитная история компании (целевое назначение, факты рефинансирования и т.п.), качество кредитной истории компании (наличие просрочек, пролонгации и т.п.).
 - 2.13. Институциональные риски (возможная опасность отклонения от желаемого результата (которую можно измерить), порожденную внешними изменениями/факторами, а также неисполнением/ненадлежащим исполнением своих обязательств/договоренностей контрагентами и партнерами в системе экономических взаимоотношений).
3. Реализация продукции (оказание услуг):
 - 3.1. Описание предлагаемых товаров (услуг). Необходимо указать все базовые характеристики, соответствия ГОСТам, международным стандартам и т.д.
 - 3.2. Наличие специальных ограничений и условий на продажу товаров (лицензии, квоты, таможенные ограничения, государственное регулирование и т.п.).

- 3.3. Маркетинговая стратегия:
 - 3.3.1. Емкость рынка (при наличии такой информации).
 - 3.3.2. Доля рынка, принадлежащая компании (при наличии такой информации).
 - 3.3.3. Основные конкуренты, преимущества перед конкурентами.
 - 3.3.4. Политика сбыта (основные потребители, опыт работы с потребителями, планируемая цена продажи продукции/оказания услуг и т.п.).
 - 3.3.5. Прогнозы продаж и планируемый график продаж.
- 3.4. Приложить контракты и оферты, подтверждающие сбыт (при наличии).
- 3.5. Сбытовые и отраслевые риски. Рекомендуемые требования к содержанию дополнительной части технико-экономического обоснования в зависимости от цели финансирования 1) для пополнения оборотных средств и для торговых операций:
 4. Потребляемые и приобретаемые материалы, сырьё:
 - 4.1. Описание потребляемых материалов и услуг.
 - 4.2. Основные поставщики, опыт работы с поставщиками.
 - 4.3. Условия поставки (цены, сроки, условия поставки, ответственность сторон).
 - 4.4. Потребляемые объёмы.
 - 4.5. Политика закупок.
 - 4.6. Риски срыва поставок.
 5. Планируемые финансовые результаты:
 - 5.1. Отчет о прибылях и убытках на период планирования проекта с разбивкой по месяцам.
 - 5.2. Отчет о движении денежных средств для финансового планирования на период планирования проекта с разбивкой по месяцам.
 6. Процесс инвестируемого производства:
 - 6.1. Описание и мощность объекта.
 - 6.2. Производственный план.
 - 6.3. Инженерно-технический и производственный персонал, в том числе уровень квалификации такого персонала.
 - 6.4. Планируемые изменения профиля объекта/технологии производства.
 - 6.5. Риски, связанные с процессом производства приобретаемого актива, и политика управления ими (при наличии таковых).
 7. Планируемые финансовые результаты:
 - 7.1. Предварительный обзор экономического и финансового положения приобретаемой компании, ее слабые и сильные стороны. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности (в случае приобретения компании).

7.2. Отчет о прибылях и убытках на период планирования проекта с разбивкой по месяцам.

7.3. Отчет о движении денежных средств для финансового планирования на период планирования проекта с разбивкой по месяцам.

8 Выводы: краткое резюме по ТЭО. В случае, если проектом предусматривается необходимость финансирования на различные цели, возможно оформление одного общего технико-экономического обоснования (бизнес-плана).

После защиты бизнес-плана принимается решение о выдаче кредита заемщику.

ВЫВОДЫ

Можно выделить такие проблемы при кредитовании МСБ банками как:

- низкая доля кредитов МСБ в портфеле банка,
- наличие просроченных кредитов МСБ;
- низкая диверсификация по кредитам МСБ.

Основные проблемы кредитования нового бизнеса:

- создаваемый бизнес-зона повышенных кредитных рисков для банка;
- отсутствие стабильного дохода, т.е. невозможность произвести анализ и оценку бизнеса, оценить платежеспособность заемщика;
- отсутствие залогового обеспечения и поручителей;
- недостаточно развитая методология оценки банковских рисков;
- отсутствие четких банковских механизмов анализа бизнес проектов.

Основными направлениями совершенствования системы кредитования малого и среднего бизнеса должны стать:

- разработка мероприятий по снижению рисков кредитования субъектов предпринимательства;
- внедрение стандартизированных процедур, позволяющих снизить себестоимость операций по кредитованию и сократить срок рассмотрения заявок предприятий;
- увеличение срочности пассивов, что позволит снизить разрывы между активами и пассивами по срокам востребования и погашения;
- осуществление мероприятий на региональном уровне по созданию «благоприятной среды» для субъектов предпринимательства.

Выделенные программы и меры поддержки малого и среднего бизнеса приведут к развитию малого и среднего предпринимательства в стране снижения уровня безработицы, увеличения доли кредитов юридическим лицам и т.д.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 <https://damu.kz/kz/> [Электронный ресурс].
- 2 Концепция проекта Предпринимательского кодекса Республики Казахстан
- 3 kapital.kz/finance [Электронный ресурс].
- 4 Казахстанский МСБ: бизнесмены поневоле. – <https://lsm.kz/kazahstanskij-msb-biznesmeny-ponevole>

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

М. М. Мухамедова¹, А. Н. Ксембаева²

ҚР шағын және орта бизнесті мемлекеттік қаржылық қолдау

^{1,2}Мемлекеттік басқару бизнес және құқық факультеті

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,

Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

Материал 15.04.19 баспаға түсті.

M. M. Mukhamedova¹, A. N. Kusembaeva²

State financial support of small and medium business of Kazakhstan

^{1,2}Faculty of Public Administration of Business And Law,

S. Toraighyrov Pavlodar State University,

Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan

Material received on 15.04.19.

Мақалада бизнесті қаржылық және қаржылық емес мемлекеттік қолдау түрлері, жеңілдікті кредит беру ережелері, жеңілдікті кредит алу үшін бизнес жоспар құрылымы қарастырылған.

The article describes the types of financial and non-financial state support of business, the rules of concessional lending, the structure of the business plan for concessional lending.

Б. В. Нургожина

магистр педагогических наук, Гуманитарно-психологический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: bahyt_81@inbox.ru

**ДИНАМИКА УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ
ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ПОДГОТОВКИ**

Формирование предпринимательских компетенций у молодого поколения современного общества – один из наиболее важных вопросов развития нашего образования и экономики. Государству для устойчивого развития и социального прогресса необходимы кадры и граждане, которые могут активно и эффективно вести страну к устойчивому улучшению благосостояния нации и экономически здоровому будущему. Ведь именно предпринимательская деятельность является важнейшей основой развития экономики в новых условиях.

Ключевые слова: предпринимательская компетенция, образование, личность, критерий сформированности, образовательные модули.

ВВЕДЕНИЕ

Для эффективного решения задач, стоящих перед экономической модернизацией страны, требуются специалисты качественно нового типа: профессионально-компетентные, коммуникабельные, конкурентоспособные, готовые к самостоятельной постановке целей и их творческому достижению. Это предъявляет принципиально новые требования к уровню развития и качеству подготовки специалистов. Инновационное развитие образования требует использования новых технологий обучения, позволяющих обеспечить готовность выпускников к профессиональной деятельности, обладающих профессиональными компетенциями, в состав которых входит и предпринимательская. Специалист должен уметь гибко реагировать на изменяющиеся научно-технические, социально-экономические, технико-экономические, производственно-технологические условия в своей трудовой деятельности, быть готовым к осуществлению предпринимательской деятельности в сфере своих производственных интересов.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Кардинальные преобразования, произошедшие в социально-экономической и духовной сферах жизни современного общества, обусловили необходимость модернизации и реформирования системы высшего образования. Предъявляются принципиально новые требования к качеству подготовки специалиста, заявленные в виде пакета общекультурных, социально-личностных и профессиональных компетенций. Это, в свою очередь, обуславливает поиск новых принципов организации образовательного процесса в вузе, в основе которых лежит интеграция предметно-технологической и социально-нравственной составляющих содержания педагогического образования.

В меняющемся мире система образования должна формировать такие новые качества выпускника как инициативность, мобильность, гибкость, динамизм и конструктивность. Будущий профессионал должен обладать стремлением к самообразованию на протяжении всей жизни, быть профессионально-компетентным, коммуникабельным, конкурентоспособным, готовым к самостоятельной постановке целей и их творческому достижению владеть новыми технологиями и понимать возможности их использования, уметь принимать самостоятельные решения, адаптироваться в социальной и будущей профессиональной сфере, разрешать проблемы и работать в команде, быть готовым к перегрузкам, стрессовым ситуациям и уметь быстро из них выходить. И если рассматривать образование человека в контексте его социализации в обществе, а не только в контексте усвоения суммы знаний, накопленных человечеством, то компетенции становятся ведущим содержанием образования, его основными результатами.

Следовательно, в результате формируется и развивается личность будущего специалиста таким образом, чтобы она обладала способами саморазвития и самосовершенствования.

Какими же качествами должна обладать современная личность, чтобы научиться успешно выполнять предпринимательские функции и стать одним из субъектов развития рыночной экономики?

Во-первых, это стратегическое мышление. Необходимо уметь мыслить стратегически, дальновидно и на этой основе принимать правильные решения. Ключевые требования в данном направлении: ум, умение генерировать идеи, умение принимать решения.

Во-вторых, профессиональная компетентность. Мы подразумеваем наличие у личности таких качеств как профессиональные знания и умения в бизнесе, опыт предпринимательской деятельности. Здесь важна и общая политическая культура: умение понять и учесть интересы страны, интересы коллектива, наконец, каждой отдельной личности.

В-третьих, предприимчивость. Умение выбирать правильную тактику деятельности, способность извлечь выгоду, способность к риску, деловая хватка – это также немаловажные качества современного конкурентоспособного молодого человека.

В-четвертых, организаторские способности и личная организованность. Другими словами, это способность управлять как самим собой, так и коллективом, способность жить и действовать по системе, умение использовать время.

В-пятых, нравственные качества. Современный рынок тесно связан с высокой нравственностью. Она включает духовный потенциал личности, а также этику поведения, как в обществе, так и в бизнесе.

В-шестых, работоспособность и здоровье – это физический и эмоционально-волевой потенциал личности: здоровье, уровень работоспособности, способность действовать и работать [1].

Исходя из вышесказанного, мы можем в полной мере говорить о том, что наличие и развитость таких качеств как стратегическое мышление, профессиональная компетентность, предприимчивость, организаторские способности, нравственность, работоспособность и здоровье позволят не только успешно решать различные задачи, но и достичь определенных целей в формировании и становлении успешного жизненного русла.

Рассмотренные нами качества мы представим в виде таблицы:

Схема 1 – Навыки и качества предпринимательской деятельности



В настоящее время наши высшие учебные заведения могут и хотят научить студентов быть предпринимателями. Для этого при вузе создаются Школы предпринимателя, факультативы, разрабатываются учебные курсы. В качестве примера приведем трехуровневый курс по предпринимательству в рамках бакалавриата, который представил д.э.н., научного руководителя Лаборатории исследований предпринимательства **Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»** А. Ю. Чепуренко [2].



Рисунок 1 – Трехуровневый курс по предпринимательству (автор: А. Ю. Чепуренко)

Согласно теории А. Ю. Чепуренко, первый уровень данного курса должны посещать все студенты, т.к. всем необходимо иметь представления о предпринимательстве, о необходимых базовых компетенциях и навыках. Второй уровень знакомит участников курса с бизнес-планированием, проектным финансированием т.д. Третий уровень обеспечивает уже экспертизу бизнес-проекта, созданного в рамках данного курса, консультирование с заказчиками, фондами поддержки и т.п.. На протяжении всех уровней участник курса в результате овладения знаниями, умениями и навыками формирует тот необходимый набор предпринимательских компетенций, которые необходимы для дальнейшего успешного развития его деятельности в области бизнеса [2, с. 58–67].

По мнению Дж. Равенна, предпринимательские способности людей находятся как бы в спящем состоянии и не проявлены у большинства из нас, обладающие ими. Это происходит в силу того, что люди живут в обыкновенной жизни и в регулярном режиме, делают стандартные дела каждый день. Поэтому и нужны специальные «инструменты и механизмы», которые позволили бы их проявлять [3].

Предпринимателем, прежде всего, становится тот, кто может им стать, но пока не становится, потому что не попадает в подходящие условия или

ситуацию. Следовательно, немаловажную роль в развитии компетенций предпринимателя сыграет и адекватная среда, т.е. окружение, состоящее из начинающих и успешных предпринимателей. При этом нужно помнить, что во всех людях есть предпринимательские способности, в одних они лежат на поверхности и их можно извлечь, актуализировать за полгода, а в других они очень глубоко зарыты, и нужно больше времени и вложений для того, чтобы это стало возможным [3].

Таким образом, по нашему мнению, современная личность, желающая соответствовать сегодняшнему и быстро меняющемуся рынку труда, может развить те или иные компетенции предпринимателя или набор компетенций, необходимые для успешного решения бизнес задач. Овладеть такими компетенциями активная личность, будучи в процессе профессионального обучения, может на разных уровнях обучения: как на среднем специальном, так и на высшем.

Для определения наличия и уровня развитости предпринимательской компетенции у студентов ПГУ имени С. Торайгырова был проведен опрос, который включал в себя анкету на уровни сформированности предпринимательских компетенций и шесть тематических тестов на определение важных составляющих навыков и способностей, которые в совокупности и представляют предпринимательскую компетенцию личности [4].

Исследовательская работа проводилась в течение 2016–2017, 2017–2018 учебных годов со студентами 1, 2, 3 и 4 курсов.

Всего участвовало в опросе – 240 студентов:

1 курс – 60 человек

2 курс – 60 человек

3 курс – 60 человек

4 курс – 60 человек

Для изучения уровня сформированности предпринимательских компетенций студентам были предложены критерии и уровни, разработанные Ферейрой Ронел (профессор, зав. кафедрой педагогической психологии Университета Претории), В. Г. Лизунковым и Е. В. Полицинской (к.п.н., Томский политехнический университет) [5].

Отправными критериями опросника стали:

Ценностное отношение предпринимательской деятельности.

Самостоятельность, самооценка и самоорганизованность.

Умение генерировать и оценивать идеи, работать с информацией.

Умение решать различного рода проблемы.

Ответственность за принятые решения.

Наличие специальных знаний в области предпринимательства.

Таблица 2 – Критерии и уровни сформированности предпринимательских компетенций

Критерии	Уровни сформированности		
	Низкий	Средний	Высокий
	1 балл	3 балла	5 баллов
Ценностное отношение предпринимательской деятельности	Имеет начальные представления о предпринимательской деятельности	Имеет четкие представления об основах бизнеса и предпринимательства, условиях построения успешной карьеры	Знает основы предпринимательства, примеры успешного бизнеса, слагаемых успеха для достижения целей в труде, бизнесе и карьере
Самостоятельность, самооценка и самоорганизованность	Умеет быть самостоятельным, планировать и организовывать свои дела, давать самооценку действий	Стремится быть самостоятельным в больших малых вопросах, осознает свои действия, планирует время, предполагает дальнейшее свое развитие и обучение	Самостоятелен, активен, критичен, адекватен в самооценке, проявляет организованность лично и в порученных общественных делах
Умение генерировать и оценивать идеи, работать с информацией	Умеет работать с различными источниками информации, выдвигать идеи и проекты	Работает с информацией различного рода, включая ИКТ и Интернет, старается креативно мыслить и критически осмысливать идеи и проекты	Умеет быстро и результативно работать с информацией, предлагать бизнес-идеи и давать им оценку, вести проектную деятельность
Умение решать различного рода проблемы	Проявляет инициативу при решении проблем, умеет работать в команде, подойти к делу творчески	Знаком с приемами творческой организации процессов, инициативен, старается видеть альтернативу в решении проблем	Может планировать работу группы, выдвигать идеи различных способов решения возникающих проблем
Ответственность за принятые решения	Вовремя не выполняет поставленные задачи	Не всегда вовремя выполняет поставленные задачи, но стремится уложиться в установленные сроки	Всегда выполняет поставленные задачи в установленные сроки
Наличие специальных знаний в области предпринимательства	Отсутствуют специальные знания в области предпринимательства	Есть некоторые знания в области предпринимательства	Есть специальные знания в области предпринимательства

Таким образом, предложенная нами таблица способна отразить уровень сформированности предпринимательских компетенций с учетом не только характерных особенностей личности, но и усвоения студентами в процессе профессиональной подготовки дисциплин/семинаров/мастер-классов/тренингов по предпринимательской грамотности.

Результат исследования представили в следующем виде:

Диаграмма 1 – Итоги анкетирования на сформированность предпринимательских компетенций, 1 курс, в %



Диаграмма показывает, что у студентов первого курса сформированность предпринимательских компетенций по всем предложенным критериям находится на данное время на низком уровне – 96 % и всего 4 % показали средний уровень. Подобные данные могут быть объяснены тем, что респонденты в силу своих возрастных и личностных особенностей демонстрируют низкий уровень по всем предложенным критериям нашего опросника, несмотря на то, что учебными планами предусмотрено изучение пяти дисциплин («Психология лидерства», «Лидерство в обществе и политике», «Основы предпринимательской деятельности», «Маркетинг и брендинг», «Информационно-коммуникационные технологии»), способствующих формированию предпринимательской грамотности и компетенций.

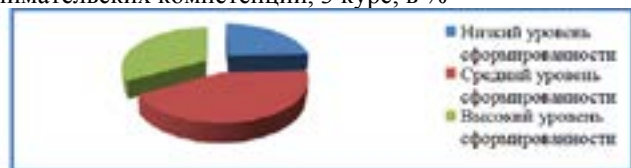
Диаграмма 2 – Итоги анкетирования на сформированность предпринимательских компетенций, 2 курс, в %



По данным анкетирования студентов второго курса, мы видим заметное повышение уровня сформированности предпринимательских компетенций. Так, низкий уровень показали 53 % респондентов, средний уровень у 33 % и соответственно 14 % с высоким уровнем сформированности предпринимательских компетенций. Динамика сформированности предпринимательской компетенции может быть связана с освоением таких

дисциплин как «Философия успеха (в рамках дисциплины «Философия»)», «Предпринимательское право», «Экономическое обоснование стартап-проектов», фундаментом которых являлись дисциплины предыдущего курса, т.е. пререквизиты.

Диаграмма 3 – Итоги анкетирования на сформированность предпринимательских компетенций, 3 курс, в %



По итогам опроса студентов 3 курса, мы видим положительную динамику роста уровня сформированности предпринимательской компетенции: высокий уровень продемонстрировали 33 %, средний – 43 % и низкий – 24 % респондентов. Увеличению количества студентов, показавших высокий уровень, способствовали дисциплины 1 и 2 курсов, входящих в модуль «Предпринимательство», «Лидерство» и «Информационно-коммуникационные технологии», а также закрепивший их теоретические знания практическими навыками специальный курс «Разработка проектов бизнес-планов». Курс ориентирован ознакомление с алгоритмами построения бизнес-планов и их экономическое обоснование, определению возможных рисков и путей их решения, разработку мобильных приложений.

Диаграмма 4 – Итоги анкетирования на сформированность предпринимательских компетенций, 4 курс, в %



Студенты 4 курсов показали рост уровня сформированности по всем критериям предпринимательской компетенции на 46 %, что является закономерным показателем динамики успешного освоения всех модулей, направленных на формирование у студентов предпринимательских навыков. Доказательством того является участие большинства количества

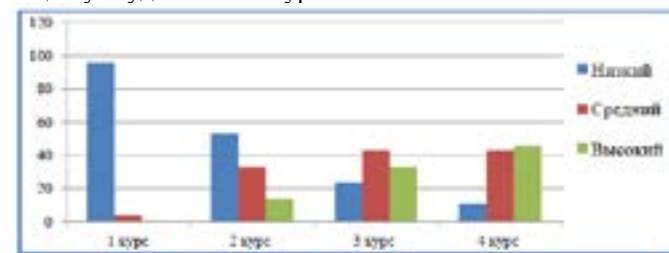
студентов 3-4 курсов на DemoDay, организуемых университетом для представления потенциальным инвесторам своих стартап-проектов с разработанными прототипами. 43 % студентов являются потенциальными предпринимателями, которым необходимо развить необходимый набор качеств и навыков для успешной предпринимательской деятельности. У 11 % опрошенных не проявились способности для занятия предпринимательской деятельности по собственным началом.

Данное анкетирование позволило нам обнаружить динамику роста уровня сформированности предпринимательских компетенций студентов, что отвечает запросам современного общества и рынка труда, которые предъявляют принципиально новые требования к качеству подготовки специалиста в рамках профессионального обучения.

Таблица 3 – Динамика уровня сформированности предпринимательских компетенций у студентов 1-4 курсов

	Курс обучения	Низкий	Средний	Высокий
Уровень сформированности предпринимательских компетенций	1 курс	96	4	0
	2 курс	53	33	14
	3 курс	24	43	33
	4 курс	11	43	46

Диаграмма 5 – Динамика уровня сформированности предпринимательских компетенций у студентов 1–4 курсов



Так, уровень сформированности имеет следующую динамику: у студентов первых курсов по 6 предложенным критериям показатели соответствовали низкому уровню сформированности в своем большинстве (96 %) и только у 4 % опрошенных обнаружен средний уровень сформированности предпринимательских компетенций.

Студенты второго курса уже демонстрируют несколько иную картину: из 60 опрошенных респондентов уже только у 53 % уровень сформированности

является низким, показатель среднего уровня возрастает до 33 % и соответственно 14 % студентов имеют высокий уровень сформированности предпринимательских компетенций.

Результаты анкетирования студентов третьего курса значительно отличаются от итогов опроса 1 и 2 курсов: уже менее четверти опрошенных а, именно 24 % студентов относятся к низкому уровню сформированности предпринимательских компетенций, возросло количество респондентов, у которых средний уровень сформированности предпринимательских компетенций – 43 % и 33 % уже тех, кто достаточно успешно освоил программу образовательных модулей по предпринимательской грамотности.

Итоги опроса студентов четвертого курса – это показатель, к которому стремится современная система образования: на выпускных курсах мы имеем уже личностей с сформированными предпринимательскими компетенциями в большинстве среди опрошенных респондентов – 46 %, 43 % студентов – это потенциал, соответствующий среднему уровню сформированности предпринимательских компетенций и в будущем могут стать одними из успешных предпринимателей с высоко развитым набором компетенций, и только 11 % студентов четвертого курса на данный период времени не ориентируют трудовую деятельность, связанную с предпринимательством.

ВЫВОДЫ

Сегодняшний день диктует потребность общества в инициативной, энергичной, целеустремленной личности, способной к предпринимательской активности, созданию и реализации инновационных идей. В условиях рыночной экономики, по-нашему мнению, у каждого специалиста с высшим образованием должны быть сформированы устойчивые компетенции в области предпринимательства.

Предпринимательские компетенции личности в процессе профессионального обучения представляют собой теоретическую и практическую готовность осуществлять предпринимательскую деятельность, основанную на совокупности освоенных знаний, умений и навыков в успешном решении различных бизнес-задач и достигать высоких результатов в своей деятельности.

Результаты данного анкетирования – еще одно доказательство тому, что изучение и освоение студентами тех образовательных модулей, которые призваны на формирование предпринимательских компетенций в процессе обучения в вузе, приводя в конечном результате достижению одной из основных целей современного профессионального образования – выпускник, быстро и гибко реагирующий на изменяющиеся научно-технические, социально-экономические, технико-экономические, производственно-технологические

условия в своей трудовой деятельности, готовый к осуществлению предпринимательской деятельности в сфере своих производственных интересов.

Полученные результаты в ходе исследования показали, что формированию предпринимательской компетенции и развитости ее компонентов напрямую зависят от освоения студентами в процессе профессиональной подготовки специальных дисциплин «Психология лидерства», «Лидерство в обществе и политике», «Основы предпринимательской деятельности», «Маркетинг и брендинг» «Лидерство», «Предпринимательство», «Информационно-коммуникационные технологии» в образовательных программах по предпринимательской грамотности.

Однако необходимо отметить, что результаты опроса обусловлены личностными характеристиками респондентов, их темпераментом и характером. Также оказали влияние и специальные дисциплины, которые уже были изучены студентами на момент тестирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Нурымов, А. А., Раимбеков, Ж. С.** Модульные образовательные технологии и компетентностный подход как фактор повышения качества высшего образования / В сб.: Материалы конференции «Глобальные вызовы и современные тренды развития высшего образования» – Алматы, КазЭУ имени Т. Рыскулова, 4–5 октября 2013 г. Сборник тезисов. / Под ред. С. С. Таменово.

2 **Чепуренко, А. Ю.** Социология предпринимательства. – М. : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2012. – 89 с.

3 **Равенн, Дж.** Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Пер. с англ. – М., «Когито-Центр», 2002. – 396 с.

4 **Нургожина, Б. В.** Динамика формирования предпринимательской компетенции личности в процессе профессиональной подготовки: методические рекомендации. – Павлодар: Кереку, 2018. – 46 с.

5 **ДэйвсРэмси.** «Покажите мне деньги! Полное руководство по управлению бизнесом для предпринимателя лидера». – Москва: «Альпина Паблишер», 2013. – 406 с. (http://www.universalinternetlibrary.ru/book/57234/chitat_knigu.shtml)

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Б. В. Нұрғожина

Тұлғаның кәсіби дайындық процесінде кәсіпкерліктің қүзыреттіліктің қалыптасу деңгейінің динамикасы

Гуманитарлық-психологиялық факультет,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

B. V. Nurgozhina

Dynamics of the level of entrepreneurial competencies in the course of an individual's professional training

Faculty of Humanities and Education,
S. Toraihyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan
Material received on 15.04.19.

Қазіргі қоғамның жас ұрпақтарында кәсіпкерлік қүзыреттілікті қалыптастыру біздің білім беру мен экономиканы дамытудағы маңызды мәселелердің бірі болып табылады. Тұрақты даму және әлеуметтік прогресс жағдайында мемлекет ел азаматтарын әлауқат пен экономикалық тұрғыдан сау болашақты тұрақты түрде жетілдіре алатын белсенді және тиімді басқаруға қабілетті кадрлар мен азаматтар қажет. Өйткені кәсіпкерлік белсенділік – бұл жаңа жағдайда экономиканы дамытудың ең маңызды негізі.

Forming the modern youth's entrepreneurial competencies is one of the most important phenomena of our education and economy system development. The country's sustainable development and social growth apply for professionals and individuals, capable of leading the country to the sustainable nation's welfare and economically viable future. Entrepreneurship activities form the basis of the economy growth in new environment.

ГРНТИ 14.35.05

К. А. Нурумжанова¹, К. Р. Досумбеков², А. Б. Исакова³

¹Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ КАФЕДР В УСЛОВИЯХ ПАРАДИГМЫ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В данной статье описан опыт разработки концепции воспитательной работы предпринимательского направления в условиях предпринимательской парадигмы высшего профессионального образования. Изучены условия взаимодействия академической и предпринимательской культуры в вузе. Определены понятия «предпринимательское образование» и «предпринимательская подготовка» для определения «миссии» общеобразовательных кафедр. Также рассмотрены основные ценности академической и предпринимательской культуры в формате предпринимательского вуза.

Ключевые слова: предпринимательское образование, предпринимательская подготовка, воспитательная система, стартап-проект, предпринимательская культура, академическая культура, ценности социума

ВВЕДЕНИЕ

В данной статье приведены результаты эмпирического исследования проблем аксиологических аспектов профессионального образования методами транзитологии. Прежде всего, хотелось бы остановиться на том, что не смотря на то, что гносеология данного понятия восходит к философии, в настоящее время в науке появились разнообразные генетические, дескриптивные, реальные и другие ее дефиниции, которые значительно расширили круг предметов исследования, использующих методы транзитологии.

В нашем исследовании наиболее «близкой» оказалась генетическая дефиниция, указывающая на происхождение понятия и указание способа

его образования. Таким образом, «транзитология» рассматривается нами, как интегральное обобщенное учение о модернизационных процессах происходящих в образовании. Механизмом модернизации во всех сферах является трансформация культуры, как комплекс ценностей социума.

Социально-экономическая трансформация, происходящая в Казахстане, привела к изменению критерия субъективного благополучия личности и народа в целом. Традиционно считалось, что богатство народов растет с увеличением ВВП на душу населения. Этот критерий никто не отменял. Но он перестал быть единственным и определяющим.

В новых условиях Казахстана важным критерием развития общества стал индекс человеческого развития. Человеческий капитал становится для социума целью, а для экономики важнейшим ресурсом для развития.

В аналитическом обзоре, опубликованном академиком К. Сагадиевым [1, с. 4] достаточно полно раскрыты критерии, определяющие состояние развития человеческого капитала: это – состояние образования, уровень доходов, уровень долголетия. Именно по этим критериям можно судить о динамике развития человеческого капитала. В этом же источнике сформулированы интернациональные факторы, влияющие на развитие человеческого капитала: это – образование, институциональная среда, социальный капитал, культурный капитал, рынок труда [1, с. 4]. Думаем, необходимо учитывать и политический капитал, в виде укрепления государственности и развития казахстанской демократической системы.

Любая деятельность определяется ценностями и образцами поведения, характерными для культуры данного общества. В науке и практике доказано детерминирующее влияние культурных ценностей на носителей этой культуры.

Целью исследования является разработка концепции технологии психолого-педагогического сопровождения предпринимательского образования в университете на основе модернизации системы воспитательной работы, нацеленной на формирование ценностной основы личности будущего предпринимателя. Задачами исследования являются: 1) изучение по научным источникам условий взаимодействия академической и предпринимательской культуры в вузе; 2) разграничение понятий «предпринимательское образование» и «предпринимательская подготовка» для определения «миссии» общеобразовательных кафедр; 3) разработка предпринимательского направления воспитательной работы на кафедре.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Новая современная прагматическая парадигма предпринимательского высшего профессионального образования, уверенно, и по праву, завоевывает

все новые позиции в системе высшего образования. Но она, по нашему мнению, не должна отменять классическую парадигму академической культуры, концептуальной особенностью, которой являлась фундаментальность, как категория академического качества образования, с одной стороны, и профессиональной компетентности личности выпускника с другой.

В настоящее время существует определенный дисбаланс между спросом предприятий регионального рынка труда на квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми профессиональными компетенциями в конкретной области деятельности на высоком уровне, с одной стороны, и ограниченными возможностями высших учебных заведений удовлетворить этот спрос, с другой. Одной из причин является то, что обучающиеся не проявляют должной мотивации к освоению знаний, умений и навыков по определенным предметам, не зная будущего рабочего места, в результате выпускники не проходят отбор при трудоустройстве из-за неспособности выполнять требования работодателей.

На эффективность модернизации системы образования влияет несовпадение ценностей разных культур, это причина отсутствия академической и предпринимательской культуры. Культура как набор ценностей и убеждений, определяющих поведение человека. Сочетание фундаментальности и прикладного характера в развитии содержания образования (в широком смысле: обучение и воспитание) является основой академической культуры вуза в современных условиях. К сожалению, в современных профессиограммах предпринимательского труда отсутствуют требования о глубоких, системных фундаментальных отраслевых знаниях специалиста в той области экономики, в которой осуществляется предпринимательская деятельность. А специальное изучение этой проблемы доказывает, что успешные предприниматели являются профессионалами своего дела, владеют не только харизмой лидера, но и системными глубокими знаниями, позволяющими им быть лидерами.

В системе высшего профессионального технического образования представлены все три цели образования:

– классическая цель – подготовка магистров и Ph-докторов для внедрения инноваций и научно-технического развития и модернизации техники и производства;

– прагматическая цель – технологическая, предпринимательская, логистическая подготовка бакалавров для реализации Государственных и предпринимательских программ промышленного производства;

– практическая цель – ремесленно-технологическая и техническая подготовка современных специалистов среднего звена в бакалавриате и колледжах. Понятие «академическая культура» включает в себя

совокупность норм и ценностей образовательной и научной деятельности вуза. Вызовы времени, с которыми сталкивается современный вуз это: информационное пространство – формируется в условиях экономики, основанной на знаниях; в нормативных документах по высшему образованию в РК настойчиво проявляется концепция предпринимательской деятельности вузов; предоставление академической свободы и ситуация на рынке характеризуется усилением конкурентной борьбы за потребителя. Ничего плохого в этом нет-это веление времени. Много критики раздается в связи с тем, что вузы не дают необходимых практических навыков, а обучение излишне теоретизировано. Да, традиционный академизм приводит к тому, что выпускники с трудом адаптируются к реальным условиям труда. Думаем, что эта критика отчасти справедлива. Причина в содержании обучения и воспитания будущих специалистов. К традиционным ценностям академической культуры принято относить критическое мышление, фундаментальные исследования, академическую свободу, преданность интересам подлинного знания, публикации в авторитетных изданиях.

В контексте перечисленных тенденций и факторов происходят серьезные изменения в ценностях академической культуры, в которой на место традиционной совокупности педагогических ценностей привносятся постакадемические ценности или академический капитализм, в основе которого лежит предпринимательская культура, которую невозможно привить будущему специалисту без системной воспитательной работы или специально организованной практической подготовки к предпринимательской деятельности. Такую работу на факультете физики, математики и информационных технологий предпринимает ряд преподавателей кафедры физики и приборостроения. Проявляется академический капитализм в условиях глобализации и предпринимательской деятельности образовательных учреждений на основе коммерциализации образовательных услуг и продуктов научной деятельности.

В ходе исследования мы задались вопросом: почему у большинства ученых, преподавателей и других представителей изначально «некоммерческих» специальностей не удается достичь успехов в бизнесе? в попытках коммерциализировать результаты научных исследований и профессиональной деятельности?

В поисках ответа мы пришли к выводу о необходимости «подкрепления» предпринимательского образования воспитательной практической предпринимательской подготовкой студентов.

Любая экономическая деятельность преследует целью извлечение прибыли от реализации товаров и услуг. Образование само по себе такой цели преследовать не может, так как является общественным институтом, нужна

специальная подготовка студентов в практической воспитательной работе на постоянной основе, не разовые мероприятия, а постоянно действующие объединения. Конечно, есть и «потери» в формулировании ценностей, например, отход от альтруизма, служения обществу, отсутствие нравственных идеалов. Академическая культура в условиях парадигмы предпринимательского образования превращается в маркетинговый инструмент. Новая академическая культура – это с одной стороны традиционные педагогические ценности, с другой – это культура достижений в материальном, социальном и конкурентном плане (предпринимательская культура). Таковы основные положения концепции воспитательной работы предпринимательского направления, организованного в ходе нашего исследования.

ВЫВОДЫ

Первые шаги предпринимательской подготовки студентов по специальностям «физика» и «приборостроение» сделаны в контексте воспитательной работы на условиях максимального приспособления к потребностям и способностям самих студентов. При этом изменяется теоретико-методологическое основание воспитательной и учебной деятельности кафедр. Образовательные услуги и продукты научной деятельности ориентированы на потребности рынка и потребности индивидуальных потребителей. Это предполагает организацию учебно-воспитательного процесса вуза на основе координации и регистрации индивидуальных образовательных траекторий обучаемых. Это главное условие современной академической культуры вуза. В формате ожидаемых результатов обучения по образовательной программе кафедры физики и приборостроения, в которой предусмотрено предпринимательское образование, кроме «знания», «знания и понимания» – есть применение знаний и понимания, формирование компетенций. При этом мы под понятием «квалификация» понимаем функциональное соответствие между требованиями рабочего места и результатами образования, а результаты – это «компетентность», как потенциал ситуативно-адекватных возможностей и способностей личностик деятельности в весьма широком спектре контекстов. Для подведения итогов проведенной воспитательной работы по предпринимательскому направлению в рамках стартап-проектов кафедрой было проведено слушания отчетов студентов, участников проекта. Фрагменты слушаний по защите результатов стартап-проектов студентов представлены на фотографиях 1,2,3,4.



Рисунок 1 – Защита стартап – проекта



Рисунок 2 – Защита стартап – проекта



Рисунок 3 – Защита стартап – проекта

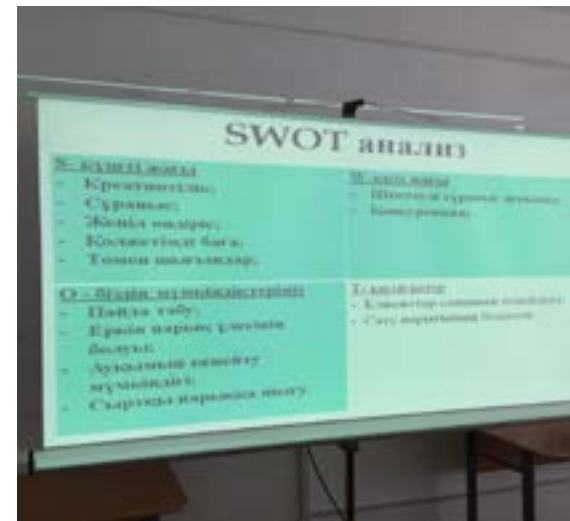


Рисунок 4 – Защита стартап – проекта

На основе анализа результатов слушаний и последующего анкетирования студентов выяснилось, что они определяют предпринимателя, как личность – (не юридическое лицо), имеющее свое дело, которое приносит прибыль». Но среди определений, кто такой «предприниматель» есть и ответы считающие главным, связь деятельности предпринимателя с общегосударственными интересами и гражданскими ценностными ориентирами; многие отмечают активную жизненную позицию предпринимателя.

На вопрос «Возможно ли предпринимательство в сфере науки и образования» 40 % респондентов ответили положительно, 25 % – отрицательно (многие из них это объяснили сложностью формирования начального капитала) и 15 % затруднились ответить с учетом того, что им не хватает лидерских качеств. Данная работа будет продолжена. Выводы делать преждевременно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Сагадиев, К. Человеческий капитал и факторы его развития./ Казахстанская правда. – 21 февраля 2013 года.
- 2 Гершунский, Б. С. Философия образования. – М., 1998. – 425 с.
- 3 Акулич, М. В. Интеллектуальные предпосылки предпринимательской деятельности / М. В. Акулич, М. Ф. Грищенко, А. М. Темичев / Белорусский

национальный технический университет. – Минск : ВУЗ–ЮНИТИ, 2001. – 207 с. : ил.

4 **Косяков А., Свит У., Сеймур С., Бимер, С.** Системная инженерия. Принципы и практика / Пер. с англ. В. Батоврин. – М. : ДМК Пресс. – 2014. – 636 с. – ISBN 978-5-97060-068-9

5 **Байденко, В. И.** Компетенции: к освоению компетентностного подхода. Лекция в слайдах. Авторская версия. – М. : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004.

6 **Алейников, А. Н.** Организационные основы бизнеса : учебное пособие для студентов экономических специальностей / А. Н. Алейников; Белорусский государственный экономический университет. – Минск : БГЭУ, 1999. – 39 с.

7 **Альтшулер, И. Г.** Диалектика бизнеса / И. Г. Альтшулер, А. Г. Городнов. – 3–е изд. – СПб. [и др.] : Питер, 2011. – 224 с.

8 **Парсонс, Т.** Система современных обществ. – М., 1997. – 213 с.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

К. А. Нурумжанова¹, К. Р. Досумбеков²

Жоғары кәсіпкерлік білім беру саласындағы парадигма жағдайында кафедралардың тәрбие жұмысының концепциясын әзірлеу

^{1,2}С. Торайғыров атындағы мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

К. А. Nurumzhanova¹, К. R. Dossumbekov²

Development of the concept of educational work department in the conditions of the paradigm of higher professional business education

^{1,2}Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Бұл мақалада жоғары кәсіптік білім берудің кәсіпкерлік парадигмасы жағдайында кәсіпкерлік бағыттағы тәрбие жұмысының тұжырымдамасын әзірлеу тәжірибесі сипатталған. ЖОО-да академиялық және кәсіпкерлік мәдениеттің өзара әрекет ету шарттары зерделенді. Жалпы білім беретін кафедралардың «миссиясын» анықтау үшін кәсіпкерлік Білім «және» кәсіпкерлік дайындық ұғымдары анықталды. Сондай-ақ, кәсіпкерлік жоғары оқу орны форматындағы академиялық және кәсіпкерлік мәдениеттің негізгі құндылықтары қарастырылды.

This article describes the experience of developing the concept of educational work of entrepreneurial direction in the conditions of entrepreneurial paradigm of higher professional education. The conditions of interaction between academic and entrepreneurial culture at the university are studied. Defined the concept of «entrepreneurial education» and «entrepreneurial training» to determine the «mission» of General education departments. The basic values of academic and entrepreneurial culture in the format of entrepreneurial university are also considered.

Г. Т. Омарова

ст. преподаватель, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: gulnara.tomarova@mail.ru

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Университеты претерпевают фундаментальную трансформацию как во внутренней и внешней среде, так и в целях их деятельности. Характер современных изменений требует совершенно нового взгляда на модель университета.

Ключевые слова: экосистема университета, предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

Современные университеты пополняются новыми функциями в развитии социально-экономической среды региона, области. Одним из основных инструментов в университетах в настоящее время является развитие предпринимательского сознания у студентов. Не секрет, что сегодня необходимы кадры, умеющие самостоятельно выявлять элементы развития и ставить цели и задачи, при этом несут ответственность за них, способные осознать не только научные заделы, которые уже существуют, но и обеспечить их прикладное значение, ориентированное на реальные задачи промышленности, потребителей и в целом экономики.

Экосистема университета, формирующая подобные компетенции, состоит не только из традиционного формата обучения в виде лекций, но, скорее, из синтеза мероприятий, обучения, а также включения в университет элементов городской среды: бизнес-клубов, фондов и некоммерческих организаций, ставящих своей целью развитие предпринимательства. В силу концентрации молодых людей в университете от внутренней системы и степени интеграции с региональными программами зависит успешность предпринимательской экосистемы региона, что делает университет важнейшим драйвером социально-экономического развития региона. Об этом говорят многие российские ученые, которые утверждают, что именно университету должна принадлежать роль координатора научно-исследовательской деятельности в регионах.

В современном мире университеты претерпевают фундаментальную трансформацию как во внутренней и внешней среде, так и в целях их

деятельности. Характер современных изменений требует совершенно нового взгляда на модель университета.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

По мнению автора концепции Университета 3.0, профессора предпринимательства и инноваций Дельфтского технологического университета Йохана Виссема, во-первых, по причине того, что некогда разделенные миры научных и прикладных исследований становятся все более взаимосвязаны, ведущие университеты вынуждены искать альтернативные государственными источниками финансирования для продолжения научных исследований и коллаборации с высокотехнологичными компаниями. В свою очередь, компании в условиях сокращения самостоятельных исследований нацелены на партнерство с высокостатусными университетами. Во-вторых, в связи с глобальной конкуренцией за лучших студентов, преподавателей, контракты, переходом от «чистой науки» к практическому внедрению ноу-хау, полученных в результате этих исследований. В-третьих, для извлечения новых выгод из создаваемых университетами новых знаний, их активной роли в государственной политике как инструментов экономического роста. В-четвертых, по причине появления новых организационных форм в связи с переходом от монодисциплинарных к кросс-функциональным исследованиям. В-пятых, для обеспечения эффективности в новых экономических условиях. В-шестых, из-за проблем с обеспечением качества образования в результате массового притока студентов в вузы и необходимости экспериментировать с программами обучения в области массового и элитарного образования.

Отсутствие ярких кейсов системного взаимодействия университетов с крепким региональным технологическим бизнесом кроется еще и в устаревшем подходе к работе с партнерами, заложенной в «ДНК» вузов еще в 90-е, когда местные университеты попросту боролись за выживание. Сегодня все многообразие форм работы вузов с бизнесом по факту сведено к двум стандартным инструментам: создание базовых кафедр и привлечение заказов на НИОКР по хоздоговору. Конечно, такой механизм тоже играет свою положительную роль, однако, на сегодняшний день получается, что они становятся тормозом университетских инноваций. Так, с помощью базовых кафедр крупные компании получают кадры, которые все равно приходится переучивать, зато общество вполне может потерять потенциальных предпринимателей-инноваторов. Базовая кафедра – это «как сделать, чтобы отдельные элементы системы и дальше нормально работали» (в интересах корпоративного сектора), а не про то, «как поменять систему, чтобы она заработала эффективнее». В свою очередь хоздоговор тоже имеет свои риски и ограничения: заказчик получает разработку, которая не «доводится» и не внедряется разработчиком, а исполнитель пусть

и зарабатывает какие-то деньги, но не получает возможности полноценной коммерциализации своих компетенций и интеллектуальной собственности. Если рассматривать результаты работ по хоздоговорам, то они не эффективны, т.к. практически многие университеты никак не научатся зарабатывать на производимой интеллектуальной собственности. Чтобы понять масштаб этой проблемы достаточно сравнить два примера: Северо-Западный университет в США в год зарабатывает на лицензировании около 200 миллионов долларов.

Университеты – один из основных источников экономического процветания страны, носители как общей, так и научно-технической культуры. Поэтому адаптация университетов к требованиям времени – одна из ключевых задач на современном этапе развития. Университет третьего поколения не является коммерческим предприятием. Он продолжает оставаться верным своей миссии: создавать новые знания и делать образование частью этого процесса

ВЫВОДЫ

Предпринимательство – это не только практика делового образа мыслей и действий – оно может функционировать в любой области человеческой деятельности. Предпринимательство требует множество знаний, практичности, воображения, внимания и настойчивости к другим. Через реагирование и самореализацию на рыночные механизмы предприниматель быстрее и ближе интегрируется с обществом. Соответственно, предпринимательство становится механизмом социальной ответственности или можно сказать, своеобразной формой свободы. Элементы предпринимательского контента могут в какой-то степени быть присущи определенному человеку (даны от природы), но возможно и их формирование в процессе получения образования. Навыки и компетенции, связанные с ведением и образованием бизнеса (управление финансами, маркетинг, управление ресурсами), могут быть приобретены или развиты в процессе получения высшего образования. Другими словами, высшее образование не является обязательным для того, чтобы придумать хорошую бизнес-идею, но высшее образование поможет созданию и развитию бизнеса в перспективе (как и развитию любого другого занятия).

Оценивая через призму бизнеса, университет, можно отметить, что материальная составляющая (оборудования, здания и т.д.) и важна для вуза, как основного драйвера роста и развития – интеллектуальный капитал.

Концепция развития предпринимательских университетов как центров инновационно-ориентированных кластеров позволит не только вернуть российскую науку в реальную производственную структуру, но и значительно повысить качество высшего профессионального образования и ускорить процесс стабильного экономического роста национальной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Кот, В. В., Зотова, Т. А., Устинов, Д. Ю.** Институциональные инновации и адаптивное поведение в российской сфере образования // Управленец. – 2018. – Т. № 1. – С. 31–37.

2 **Новгородов, П. А.** Эффективность деятельности вузов от мониторинга и рейтингов к оценке интеллектуального капитала // Управленец. – 2018. – Т. № 1. – С. 48–55.

3 **Романова, Т.** Университет третьего поколения // Образование. Тренды. 2018. – № 2. – С. 18–21.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Г. Т. Омарова

Қазіргі жағдайда университеттердің дамуының теориялық аспектілері

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

G. Omarova

Theoretical aspects of university development in modern conditions

S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Университеттер ішкі және сыртқы ортада және олардың қызметі үшін іргелі трансформациядан өтеді. Заман өзгерістердің табиғаты университеттің үлгісіне жаңа көзқараспен қарауды талап етеді.

Universities are undergoing a fundamental transformation both in the internal and external environment, and for their activities. The nature of modern changes requires a completely new look at the university model.

**Г. С. Сагинова¹, К. К. Ахметов², Н. Б. Мапитов³,
З. М. Сергазинова⁴, Т. Ж. Абылхасанов⁵, А. Т. Абдулина⁶**

¹магистр естественных наук, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²д.б.н., профессор, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³доктор PhD, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

⁴доктор PhD, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

⁵магистр естественных наук, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

⁶магистр естественных наук, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

e-mail: ¹almas.pavlodar@mail.ru; ²kanakam61@mail.ru;

³maritov@mail.ru; ⁴wwwszm@mail.ru;

⁵talgat.abylkhasanov@gmail.com; ⁶alma-abdulina@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРИ СОЗДАНИИ START-UP ПРОЕКТОВ

В настоящей статье описываются этапы внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях и применение их для создания start-up проектов.

Ключевые слова: экологический менеджмент, предприятия, start-up проекты, ISO 14001, экологический аудит.

Общеизвестно, экологический менеджмент – часть общей системы корпоративного управления, которая обладает четкой организационной структурой и ставит целью достижение положений, указанных в

экологической политике посредством реализации программ по охране окружающей среды [1].

В основе обучения по данной дисциплине лежит понимание того, что инструменты экологического менеджмента, применяемые в современных производственных системах на разных уровнях, непосредственно связаны с системой управления производством, по результатам функционирования которой оценивается уровень доверия заказчика и общества к поставщику. А в современной рыночной экономике это крайне необходимо и нужно учитывать, что заказчик услуг или продукции заинтересован в экологических аспектах производства. Знания и умения по данной дисциплине способствуют общему развитию будущего специалиста, расширяя его знания в смежной области менеджмента, дают возможность компетентно участвовать в разработке, внедрении и развитии систем менеджмента окружающей среды в организациях.

Прежде всего, следует определить, что экологический менеджмент – это система. В соответствии с принятыми международными стандартами, система экологического менеджмента представляет собой часть общей системы менеджмента, включающую организационную деятельность, распределение ответственности, практическую работу, а также процедуры, процессы и ресурсы для разработки, внедрения, оценки достигнутых результатов и совершенствования экологической политики. По характеру взаимодействия с внешними заинтересованными сторонами EMS является открытой системой, в то время как системы управления являются, преимущественно, закрытыми системами. Основой функционирования системы менеджмента является обратная связь и непрерывное совершенствование системы менеджмента в целом. Оба эти положения для систем управления не характерны. Экологический менеджмент – безопасное управление природными процессами, которое определяется как биологическими особенностями объекта управления, так и социально-экономическими возможностями управляющего.

Являясь общеэкономической наукой, экологический менеджмент применяет данные конкретных экономических наук, а также естественных наук – геологии, биологии, почвоведения, лесоведения, метеорологии, демографии и других, их выводы и положения, которые необходимы для обоснования наиболее эффективных методов использования условий и ресурсов природы.

Экологический менеджмент имеет как теоретическое, так и практическое значение. В условиях функционирующей системы народного хозяйства в стране в настоящее время экологический менеджмент призван давать конкретные рекомендации по различным путям использования природных ресурсов. В более широком смысле экологический менеджмент должен способствовать разработке основ концепции устойчивого эколого-экономического развития. Такое развитие предполагает отказ от сложившейся

на практике концепции экстенсивного экономического роста, лежавшей в основе развития системы мирового хозяйства и базировавшейся на представлении о неисчерпаемости природных ресурсов и неограниченности возможностей природной среды к самовосстановлению [3].

Использование природных ресурсов должно быть в целом таким, чтобы оно способствовало снижению затрат и повышению прибыли в общественном производстве. Надо наиболее эффективно применять имеющиеся виды сырья и энергии. Их изъятие должно быть бережным, чтобы не переступать определенных границ, после которых становится невозможным самовосстановление ресурсов. Для этого необходима рационализация производства, его комплексность, что предполагает минимизацию отходов, ликвидацию потерь, широкое применение вторичного сырья. Все задачи по экономному, хозяйственному использованию природных ресурсов должны сочетаться с максимально возможным сохранением окружающей среды. Это осуществляется благодаря совершенствованию технологии и сокращению выбросов, сведению к минимуму возможного ущерба, наносимого здоровью и жизни людей, средствам производства, зданиям и сооружениям.

Проблемы исчерпаемости природных ресурсов и взаимосвязь всех эколого-экономических процессов стали важной причиной поиска методов сбалансированного развития общества. Сбалансированное развитие предусматривает процесс гармонизации производительных сил, обеспечения удовлетворения необходимых потребностей всех членов общества при условиях сохранения и поэтапного возобновления естественной среды, создания возможностей для равновесия между его потенциалами и потребностями людей всех поколений. Развитие, при котором удовлетворение потребностей нынешних поколений не должно ставить под угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои потребности [4].

Следовательно, можно сделать вывод о том, что одним из методов обеспечения сбалансированного развития общества является внедрение экологических инноваций. При таком подходе экологизация всех сфер человеческой жизни, но прежде всего производственной сферы должна проводиться с внедрением экологических инноваций, в том числе и экологических инноваций на промышленных предприятиях. Такой подход будет объединять сбалансированное развитие общества и бизнеса. Инновации, которые внедряются в хозяйственную практику, являются процессом трансформации научных достижений в производство, которое повышает конкурентоспособность субъектов предпринимательской деятельности [4].

Потребностью нынешнего времени является внедрение на предприятиях экологически безопасных инновационных технологий с применением таких методов производства, которые обеспечат формирование малоотходных и

расширение безотходных технологий с высоким уровнем экономичности и экологической безопасности для окружающей среды и людей. Впервые данная стратегия появилась в 1980-х гг. в США. Главной ее задачей является создание комплексных мер по снижению загрязнения окружающей среды конкретным предприятием. При этом сокращение вредного воздействия должно происходить не в виде разовых локальных мероприятий, а на протяжении всего жизненного цикла производимой продукции. Это возможно только в условиях постоянного поэтапного переоснащения всего производства, с целью снижения вредных выбросов, а также при условии более эффективного использования природных ресурсов.

Внедрение системы экологического менеджмента на предприятии способствует не только увеличению доверия со стороны партнеров и потенциальных клиентов, но и непосредственному улучшению имиджа предприятия в глазах кредиторов и потенциальных инвесторов. Соответствие новейшим экологическим требованиям, закреплённое посредством прохождения процедуры сертификации поднимает престиж предприятия, а также способствует конкурентоспособности товара, также сертификат экологического соответствия может служить причиной для повышения цены на товар. Увеличение цены на товар может быть оправдано с точки зрения затрат на экологизацию и экологические инновации предприятия [5].

Он представляет собой современную природоохранную деятельность, признанный на международном уровне и широко используемый подавляющим большинством предприятий уже более десятка лет. В его основе лежит системный подход и использование комплекса управленческих решений [2].

Но необходимо отметить, что устойчивое развитие предприятия и его системы экологического менеджмента невозможно без своевременного внедрения инноваций. Как и любые другие изменения, экологические инновации имеют свои движущие и сдерживающие силы. При условиях экологической глобализации общество становится чувствительнее к вопросам сохранения качества окружающей среды, потому можно надеяться, что интерес общественности, процесс переосмысления ценностей, правовая и регулятивная среда создадут соответствующую почву для ускоренного развертывания процессов учета экологических ограничений во всех сферах общественной жизни [5].

Исходя из общемировых тенденций, можно выделить следующие перспективные рынки экологических инновационных товаров:

- производство и накопление энергии;
- энергосбережение;
- экономное использование сырья и материалов;
- экологичность транспорта;

- рациональное использование водных ресурсов;
- биопластмассы и полимеры;
- применение безотходных и малоотходных технологий;
- солнечное охлаждение.

Внедрение экологических инноваций связано с научно-техническим прогрессом, который ведет к качественным улучшениям в организации производства в обществе и обеспечивает увеличение экономического, социального или экологического эффекта. Учитывая особенности нынешнего времени и тенденции глобализации жизни населения, необходимо заниматься поиском путей экономического развития, которые бы ориентировались на современные особенности переходного периода к либерально-рыночной экономике и вхождению в международные структуры.

При проектировании Start-up проекта необходимо учитывать новейшие веяния современного общества, так как данная сфера деятельности наиболее подвержена риску банкротства. В связи с этим трудно переоценить значение экологического менеджмента при проектировании Start-up проекта. Но для начала нужно пояснить, что подразумевается под определением «Start-up проект». Startup (от английского «startup company», «startup», буквально – «стартовый») – компания с короткой историей операционной деятельности. Как правило, такие компании созданы недавно, находятся в стадии развития или исследования перспективных рынков. Если обычные предприятия выстраивают свою деятельность в определенных и заранее предсказуемых успешных рамках, то стартапы «идут непроторенной дорогой», которую сами и прокладывают. Поэтому то, будет ли проект успешен, найдет ли его идея отклик в сердцах и умах потребителей, заранее предположить невозможно [6].

Однако поскольку из-за высоких рисков подобных экспериментов крупные компании избегают отклонений от «прибыльного курса» и тем более не делают ставки на кардинально отличающиеся от всех известных прежде инновационные решения, для Start-up проекта остается довольно объемная неосвоенная ниша. Данная дисциплина не только может обеспечить начинающей организации привлекательный имидж, но и привлечь внимание к её продукции за достаточно короткий срок. Также экологический менеджмент может стать непосредственно областью деятельности данной организации, то есть организация может оказывать различные услуги экологического характера, либо заниматься предотвращением неправомерных действий других организаций в области охраны окружающей среды. Также предприятие может заниматься производством товаров из промышленных отходов.

Однако помимо разработки идеи для бизнеса данная дисциплина способствует непосредственной выгоде предприятия от внедрения системы экологического менеджмента. К выгодам от внедрения системы

экологического менеджмента можно отнести: возможность осуществлять контроль над опасными производственными факторами, предотвращение возникновения инцидентов, аварий, внештатных ситуаций, устранение или сокращение рисков для исполнителей, снижение вероятности судебных исков.

Предметом экологического менеджмента природопользования, организационная структура, экологический маркетинг, экологическая политика, информация, экологическая и корпоративная культура, мотивация, взаимодействие с общественностью и другие составные части системы управления [2].

Одними из первых в начале 1990-х годов экологический менеджмент стали внедрять зарубежные нефтяные компании с целью улучшить экологические показатели и убедить общественность в приемлемости экологических рисков своей деятельности.

Основная цель экологического менеджмента – повышение кредита доверия к тому предприятию, на котором он осуществляется, за счет последовательного улучшения экологической обстановки всех сфер деятельности. Наиболее характерным улучшением является снижение отрицательного воздействия промышленных предприятий на окружающую среду [1].

Основные принципы экологического менеджмента:

- учет экологических особенностей;
- своевременное решение проблемы;
- ответственность за экологические последствия, возникающие в результате принятия управленческих решений любого уровня;
- приоритетность решения экологических проблем.

Основные задачи экологического менеджмента:

- организация экологически безопасных производственных процессов;
- обеспечение экологической совместимости всех производств;
- предупреждение негативного антропогенного воздействия на природу в процессе производства, потребления и утилизации выпускаемой продукции;
- получение максимального результата при минимальном ущербе для окружающей среды;
- превращение экологических ограничений в новые возможности роста производственной деятельности;
- обновление продукции исходя из спроса и создания «зеленого» имиджа предприятия в глазах общественности;
- создание и внедрение малоотходных технологий;
- стимулирование природоохранных инициатив, снижающих издержки или способствующих росту доходов.

Производственное экологическое управление включает в себя деятельность предприятий, в первую очередь, направленную на соблюдение

обязательных государственных требований в области охраны окружающей среды и использования природных ресурсов.

Одним из элементов системы экологического менеджмента является оценка воздействия на окружающую среду планируемых и осуществляемых работ предприятия, включающая экологические и хозяйственные аспекты. Экологический аспект включает характер, масштаб, интенсивность, вероятность, продолжительность воздействия на окружающую среду. Хозяйственные аспекты включают возможность нормативно-правового регулирования; проблемы измерения характеристик воздействия; затраты на измерение уровня воздействий; влияние изменения характера деятельности или процесса на уровень воздействия.

Предприятие должно идентифицировать и оценить все внешние и внутренние критерии. Внешние критерии – это нормативно-правовые и др. требования, непосредственно связанные с экологическими аспектами осуществляемой производственно-хозяйственной деятельности. Внутренние критерии разрабатываются и применяются при отсутствии внешних критериев, регламентирующих деятельность предприятий.

Экологический менеджмент можно определить, как процесс и результат инициативной деятельности экономических субъектов, направленной на достижение собственных экологических целей, реализацию собственной экологической политики. Понятие системы экологического менеджмента в организации (предприятии или компании) является ключевым понятием серии ISO 14000. Поэтому центральным документом стандарта считается ISO 14001 – «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента». В отличие от остальных документов, все его требования являются «аудируемыми» – предполагается, что соответствие или несоответствие им конкретной организации может быть установлено с высокой степенью определенности [1].

Именно соответствие стандарту ISO 14001 и является предметом формальной сертификации. Все остальные документы рассматриваются как вспомогательные – например, ISO 14004 содержит более развернутое руководство по созданию системы экологического менеджмента, серия документов 14010 определяет принципы аудита EMS. Серия 14040 определяет методологию «оценки жизненного цикла», которая может использоваться при оценке экологических воздействий, связанных с продукцией организации (такая оценка требуется стандартом ISO 14001).

Основные требования, которые предъявляет к организации ISO 14001 и соответствие которым означает, что организация имеет систему управления охраной окружающей среды, соответствующую этому стандарту, таковы:

1 Организация должна выработать экологическую политику специальный документ о намерениях и принципах организации, который должен служить основой для действий организации и определения экологических целей и задач. Экологическая политика должна соответствовать масштабу, природе и экологическим воздействиям, создаваемым деятельностью, продуктами и услугами компании. Экологическая политика, среди прочих, должна содержать заявления о стремлении к соответствию нормативам, а также к «постоянному улучшению» системы экологического менеджмента и к «предотвращению загрязнений». Документ должен быть доведен до сведения всех сотрудников организации и быть доступным общественности.

2 Организация должна выработать и соблюдать процедуры для определения значимых воздействий на окружающую среду (воздействиях, связанных не только непосредственно с деятельностью организации, но и с ее продуктами и услугами). Организация должна также систематически учесть все законодательные требования, связанные с экологическими аспектами ее деятельности, продуктов и услуг, а также требования другой природы (например, отраслевые кодексы).

3 С учетом значимых экологических воздействий, законодательных и других требований организация должна выработать экологические цели и задачи. Цели и задачи должны быть по возможности количественными. Они основываются на экологической политике («включая осознание необходимости или приверженность предотвращению загрязнений») и определяются для каждой функции (области деятельности) и уровня организации. При их формулировке должны также приниматься во внимание взгляды «заинтересованных сторон» (под которыми понимаются любые группы и граждане, чьи интересы затрагиваются экологическими аспектами деятельности предприятия, или озабоченные этими аспектами).

4 Для достижения поставленных целей организация должна выработать программу экологического менеджмента, в которой определяются ответственные, средства и сроки для достижения целей и задач.

5 В организации должна быть определена соответствующая структура ответственности. Для обеспечения работы этой системы выделяются достаточные человеческие, технологические и финансовые ресурсы. Должен быть назначен ответственный за работу системы экологического менеджмента на уровне организации, в обязанности которого входит периодически докладывать руководству о работе EMS.

6 Должен выполняться ряд требований по обучению персонала, а также по подготовке к нештатным ситуациям.

7 Организация должна осуществлять мониторинг или измерение основных параметров той деятельности, которая может оказывать

существенное воздействие на окружающую среду. Устанавливаются процедуры для периодической проверки соответствия действующим законодательным и другим требованиям.

8 Должен проводиться периодический аудит системы экологического менеджмента с целью выяснения, соответствует ли она критериям, установленным организацией, а также требованиям стандарта ISO 14001, внедрена ли и работает ли она надлежащим образом. Аудит может проводиться самой компанией, так и внешней стороной. Результаты аудита докладываются руководству компании.

9 Руководство организации должно периодически рассматривать работу системы экологического менеджмента с точки зрения ее адекватности и эффективности. Обязательно должен рассматриваться вопрос о необходимых изменениях в экологической политике, целях и других элементах EMS. При этом принимаются во внимание результаты аудита, изменившиеся обстоятельства и стремление к «постоянному улучшению».

Необходимость экологического менеджмента на предприятии во многом объясняется усложнением условий существования человека в современном мире, появлением экологических проблем, которые касаются как производственной сферы, так рядовых граждан. Экологический менеджмент предприятия охватывает все аспекты управления предприятием, связанные с охраной окружающей среды: планирование, организацию, мотивацию, контроль. Экологический менеджмент не сводится только к деятельности специализированной природоохранной службы предприятия, а касается всего работающего персонала и практически всех видов производственно-хозяйственной деятельности, включая научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, производство, распределение, маркетинг [1].

В XX в. экологический менеджмент предприятия чаще всего рассматривался его администрацией как досадная необходимость по обеспечению обязательных государственных требований и практически не представлял для нее экономического интереса. На предприятии, как правило, отсутствовала четкая экологическая политика. Вопросами охраны окружающей среды занимались в основном ответственные специалисты (природоохранная служба) в рамках должностных инструкций и обязанностей. Приоритет в природоохранной деятельности отдавался чистым технологиям, в соответствии с нормами государственного экологического контроля. Планы и результаты природоохранной деятельности были малодоступны для внешних заинтересованных лиц, практиковалось утаивание отрицательных результатов, отсутствовала независимая экологическая оценка деятельности предприятия третьей стороной (аудит). Все это позволяло просто имитировать эффективное

экологическое управление, не афишируя реальную низкую результативность экологической деятельности предприятия.

Формирование системы экологического менеджмента завершается функциональным контролем, подтверждающим соответствие этой системы направлениям, целям, задачам экологической политики предприятия. Прежде всего, контролируются вопросы обеспечения техногенной и экологической безопасности. В этой связи мониторинг и экологический аудит могут определяться как ключевые элементы экологического менеджмента.

Мониторинг должен обеспечивать получение информации для оценки соответствия экологических параметров деятельности предприятия требованиям нормативно-правовых актов по обеспечению экологической безопасности. Основными задачами мониторинга являются: контроль за качеством объектов окружающей среды, выявление источников загрязнения, динамики выбросов (сбросов) вредных загрязняющих веществ в природные объекты, их прогнозирование. Информация, полученная в результате осуществления мониторинга, необходима на предприятии для планирования мероприятий по снижению загрязнения окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов, определению приоритетных сфер деятельности, контроля и оценки эффективности осуществления природоохранных мер. На основе данных мониторинга осуществляется разработка комплексных, экологически ориентированных стратегических и оперативных мер по сокращению опасного воздействия на природную среду и жизнедеятельность людей, контроль за соблюдением экологических нормативов и стандартов. Полученные результаты должны постоянно анализироваться, создавать предпосылки для формирования решений экологических проблем предприятия.

Экологический аудит – это независимая, объективная, вневедомственная проверка хозяйственной деятельности, оказывающей влияние на окружающую среду, и выработка рекомендаций по снижению ее потенциально негативного воздействия. Экологический аудит направлен на повышение эффективности экологического менеджмента, включая оценку соответствия действующему природоохранному законодательству и принципам экологической безопасности. При проведении экологического аудита необходимо не только оценивать соответствие конкретных видов деятельности природоохранному законодательству, но и оказывать разнообразные консультационные услуги.

Только в 1990-е гг. начали все более отчетливо проявляться характерные черты нового экологического менеджмента, создающего возможность получения прямых и косвенных экономических эффектов, формирующего позитивный имидж фирмы, что положительно сказывается на ее конкурентоспособности.

Основными причинами изменений в отношении к экологическому менеджменту явились следующие факторы и тенденции последнего десятилетия:

– повысилась требовательность потребителей к экологическим характеристикам товаров;

– во многих странах существенно расширился круг субъектов экологической ответственности. Если раньше ответственность возлагалась на субъектов хозяйствования, загрязняющих окружающую среду, то теперь в зону ответственности попадают страховые компании и банки, которые более тщательно отбирают клиентов с позиций их экологической благонадежности, чтобы не расплачиваться за возможный причиненный предприятием ущерб, а это создает заинтересованность промышленных компаний в большем внимании к задачам экологического менеджмента;

– многие фирмы сотрудничают только с экологически надежными партнерами, стимулируя этим своих поставщиков, корпоративных клиентов и даже конкурентов в совершенствовании экологического менеджмента.

Всё это привело к новым подходам к экологическому менеджменту, целью которого становится не просто соответствие предприятия нормам природоохранного законодательства, но и разработка собственной экологической политики, направленной на достижение максимальной экологической безопасности процессов производства и потребления выпускаемой продукции и обеспечение ее конкурентоспособности. При внедрении экологического менеджмента решающая роль отводится руководству предприятия, которое несет основную ответственность за систему менеджмента, разработку экологической политики предприятия, предполагающей выделение финансовых средств, специального персонала и определение необходимых мер для успешной работы системы экологического менеджмента. Стратегический экологический менеджмент является элементом стратегического менеджмента предприятия. При создании компании формулируется ее миссия – это документ, в котором отражено предназначение компании, ее цели. Любая компания, ориентирующаяся на потребности современного общества, должна включить в свою миссию экологические цели. Цели стратегического экологического менеджмента на предприятии – выявить конкурентные преимущества предприятия с точки зрения охраны окружающей среды, ресурсосбережения, переработки отходов, организации вторичного использования сырья, обнаружить экологические риски, сопровождающие деятельность предприятия, определить экологические цели компании и наметить возможные пути их достижения.

Важным элементом системы экологического менеджмента экологическая политика предприятия, которую разрабатывает его руководство и которая

отражает признание необходимости охраны окружающей среды в процессе производства продукции (или услуг). Охрана окружающей среды должна входить в общую политику предприятия как одна из стратегических целей. При формулировании экологической политики следует учитывать:

– совокупное воздействие всех видов производственной деятельности на окружающую среду;

– использование энергии, сырья, воды;

– сокращение и устранение отходов;

– уровень шума;

– производственные технологии;

– планирование продукции;

– отношения с клиентами и поставщиками;

– правила поведения в случае возникновения чрезвычайных ситуаций и их предотвращение;

– экологическую информацию и обучение персонала, а также внешнюю экологическую информацию.

Экологическая политика предприятия является основой для выработки оперативных экологических целей всех его подразделений. Эти цели предполагают:

– экономию и снижение потерь сырья, материалов, реагентов, энергии;

– рециклинг материальных ресурсов;

– сокращение потребления и замену чрезвычайно опасных и высоко опасных веществ и материалов;

– переработку и использование отходов производства;

– совершенствование технологических процессов для снижения их воздействия на окружающую среду;

– сокращение брака;

– повышение качества производимой продукции и услуг;

– повышение технологической и производственной дисциплины, сокращение аварийного и «ночного» воздействия на окружающую среду.

На основе экологических целей вырабатывается экологическая программа, которая содержит конкретные мероприятия для их достижения (с указанием сроков выполнения, ответственных исполнителей, объема необходимых финансовых средств). Через реализацию мер, определенных в экологической программе, осуществляется экологическая политика предприятия. В соответствии с требованиями международного стандарта ISO 14000 система экологического менеджмента предполагает создание специальной документации, включающей руководство по системе экологического менеджмента, рабочие и технологические инструкции или организационные планы. Документация позволяет осуществлять контроль

за соблюдением требований системы экологического менеджмента. Для информирования общественности и всех заинтересованных лиц об экологических аспектах деятельности предприятия предполагается ежегодная экологическая отчетность. Экологический отчет служит также отражением процесса совершенствования экологизации субъектов хозяйствования. Проверка и оценка действенности системы экологического менеджмента осуществляется посредством экологического аудита.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 **Струкова, М. Н., Струкова, Л. В.** Экологический менеджмент и аудит : Учеб. пособие для магистрантов. – Екатеринбург, 2016. – 84 с.
- 2 **Папулов, Е. С.** Экологический менеджмент : Учебно-метод. пособие. – Екатеринбург, 2017. – 30 с.
- 3 **Самойлова, Н. А.** Экологический менеджмент : Учеб. пособие. – Кемерово, 2014. – 35 с.
- 4 <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41772> [Электронный ресурс].
- 5 <https://viafuture.ru/katalog-idej/ekologicheskie-innovatsii> [Электронный ресурс].
- 6 <https://uvolsya.ru/raznoe/startap-chto-eto/> [Электронный ресурс].

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Г. С. Сагинова¹, К. К. Ахметов², Н. Б. Мапитов³, З. М. Сергазина⁴, Т. Ж. Абылхасанов⁵, А. Т. Абдулина⁶

Start-up жобасын құру кезінде экологиялық менеджмент жүйесін қолдануы

^{1,2,3,4,5,6}химиялық технологиялар және жаратылыстану факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы,
Материал 15.04.19 баспаға түсті.

G. S. Saginova¹, K. K. Akhmetov², N. B. Mapitov³, Z. M. Sergazina⁴, T. Z. Abylhasanov⁵, A. T. Abdulina⁶

The use of environmental management systems when creating start-up projects

^{1,2,3,4,5,6}Faculty of Chemical Technologies and Natural Sciences,
S. Toraihyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Бұл мақалада кәсіпорындарды қоршаған ортаны басқару жүйесін енгізу және оларды іске қосу жобаларын құру кезеңдерін сипаттау кезеңдері сипатталады.

This article describes the stages of introducing an environmental management system into enterprises and using them to create start-up projects.

**Ш. Г. Садуова¹, В. Т. Станевич², П. В. Корниенко³,
М. К. Кудерин⁴**

¹магистрант, Архитектурно-строительный факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.т.н., профессор, Архитектурно-строительный факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³к.т.н., профессор, Архитектурно-строительный факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

⁴д.т.н., профессор, Архитектурно-строительный факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹ongut@mail.ru; ²svt_18@mail.ru; ³ms.r.e@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ИЗ СТЕКЛОБОЯ

В статье обозначены технологические принципы переработки стекла и получение перспективных нетрадиционных новых продуктов по форме и дизайну из стекла, используемого в быту, в отделке элементов интерьера и архитектуры, а также украшений и сувенирной продукции. Инновационность проекта заключается в производстве продукции из стекла, главным образом из боя стекла, составляющего около 20 % от всех ТБО. Отличается от аналогичных разработок повышенной надежностью, экономичностью, ценовой доступностью, эргономикой, и, что немаловажно экологичностью.

Ключевые слова: переработка стекла, ТБО, стекло, интерьер, экологичность, ценовая доступность.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время тенденции жизнедеятельности человека таковы, что у многих людей возникает желание внести оригинальность в облик своего интерьера или архитектурного ансамбля. Это возможно сделать с помощью художественных элементов декора, которые придадут любому интерьеру или архитектурно-ландшафтному пространству черты уникальности и

неповторимости. При этом не нужно искать изделие на рынке, так как рынок слабо насыщен продукцией подобного рода. Основная часть продукции рынка архитектурных элементов изготавливается «на заказ».

В условиях рыночной экономики исключительно актуальным при строительстве современных зданий и сооружений является художественное оформление их интерьера и экстерьера. При этом особую роль играет декоративное архитектурно-строительное стекло, из которого создают высокохудожественные стеклоизделия. Таким же немаловажным фактором является и сам состав изделий: его химический состав не должен наносить вред при эксплуатации, выделяя вредные вещества в окружающую среду [1–5].

При разработке составов изделий применяются природные и технические сырьевые материалы, а также бой отходного стекла. Повышенное содержание стеклобоя позволяет утилизировать отходы стекольной промышленности, тем самым обуславливает удешевление технологии.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Технологический процесс производства изделий из стекла осуществляли несколькими технологиями, адаптированными на использовании вторичного сырья спеканием (фьюзинг) при высоких температурах и плавлением стекла.

Спекание отходов стекла проводят при 600–950 °С. При спекании важное значение имеет точно заданное время для плавления стекла с учетом количества слоев обрабатываемого материала, а также определенный режим остывания, так от этого зависит прочность получаемой продукции. Поэтому при спекании отходов стекла необходимо учитывать толщину спекаемого слоя. Самый важный процесс в технологии – это режим остывания.

На первом этапе исследований проводят сортировку боя стекла в зависимости от его вида и цвета. Далее, разрабатывают эскиз будущей продукции. Стекло очищается спиртным раствором от грязи и режется по заданному эскизу (по размеру и цвету). На следующем этапе все резанные стекла складываются на эскиз. Лишние области подвергаются шлифовке при помощи алмазной точилки на станке для обработки стекла. Если стекла разные по химическому составу, то необходимо использовать соединитель (селит, оксид, NaHCO_3 , олово и т.д.) [1–5].

Вся продукция (витраж, бытовые и декоративные изделия, архитектурно-строительные элементы) спекается от 600 °С до 950 °С на керамогранитной доске (3 см толщины) которая выдерживает температуру до 1500 °С. Предварительно, керамогранитная доска обрабатывается 2-х миллиметровым слоем специального разделителя (песок с высоким содержанием кварца). От дна печи до керамогранитной доски поддерживается расстояние от 5–8 см для циркуляции температуры внутри печи в процессе спекания, так

как вольфрамовые спирали установлены в верхней части печи, печь для фьюзинга представлена в рисунке 1. Будущая продукция складывается на доске, далее задается программа в соответствии с нужной продукцией.



Рисунок 1 – Печь для спекания (фьюзинга) стеклянных изделий

В независимости от количества слоев стекла задается 600 °С. При данной температуре все виды стекла в течении двух часов приходят в желеобразное состояние, которое не теряет границы. Далее, температуру поднимаем до 800 °С для спекания в течении 20 минут и до 900 °С в течении 10 минут.

Самый главный этап технологии – режим остывания, схема режима спекания представлена в рисунке 2. Печь автоматически отключается от сети и начинается процесс по заданной ранее программе. При опускании температуры до 680 °С, выдерживаем данную температуру 180 минут. При 500 °С – 60 минут, при 320 °С – 120–60 мин. После остывании до 25 градусов готовая продукция вынимается из печки. При всех видах выполнении изделий из стекла во время процесса работы из-за излишка воздуха образуется шероховатость и зазубренные края которая подвергается обязательной шлифовке на шлифовальной машине.

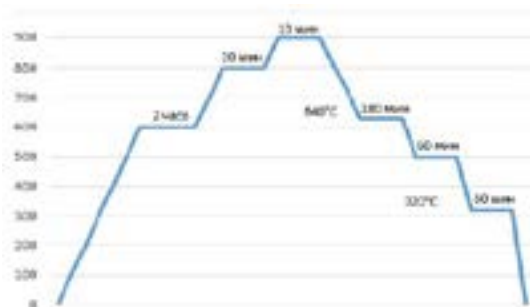


Рисунок 2 – Схема режима спекания

При получении продукции в виде сувениров и бытовых изделий (посуда, настенные часы и т.д.) используется техника с использованием формовки. Формовки для стекла изготавливаются из глины, керамогранита и Pototevere; все эти формы заранее изготавливаются и обжигаются при температуре от 950 до 1500 °С.

На керамических (глиняных) формах изделия готовятся не более чем из 2-х слоев при 800 °С, технологический процесс производства бытовых изделий на керамических формах представлен в рисунке 3.



Рисунок 3 – Технологический процесс производства бытовых изделий на керамических формах



Рисунок 4 – Разновидности малой пластики и сувениров



Рисунок 5 – Разновидности витража



Рисунок 6 – Разновидности кафельной плитки, изготовленной из стекла путем вторичной переработки боя стекла

На форме Pototevere изделия готовятся из измельчённого боя стекла до размера фракции до 8 мм с помощью мельницы и засыпается в форму с добавлением минеральных красителей (1–5 мг) и олово (1–5 мг), технологический процесс производства изделий по форме Pototevere представлен в рисунке 7.

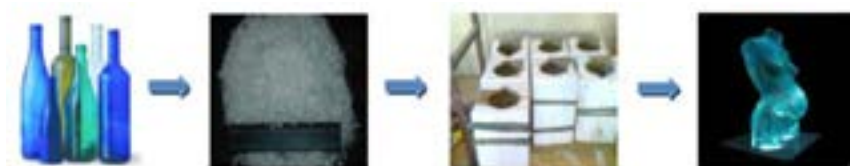


Рисунок 7 – Технологический процесс производства изделий по форме Pototevere

В керамогранитной форме изделия готовятся до 10 слоев до 1500 °С.

При технологии с армированием металлостружки (для больших скульптур из стекла) изделия спекаются при не менее чем 900 °С. При создании скульптуры расходуется до 1,5 тонн боя стекла, выгода такого изделия в том, что его расходный материал всегда легкодоступен так как используется местное сырье (бой стекла), скульптура из стекла представлена в рисунке 8.



Рисунок 8 – Скульптура из стекла весом в 1,5 тонны и высотой 3 метра в райцентре Щербакты

Перспектива проекта имеет высокое преимущество, так как все изделия производятся из вторсырья, за счет этого мы получаем низкую себестоимость продукции.

Стекло – 100 % рециркулируемый материал. Процесс переработки стекла – полностью замкнутый цикл, не создающий никаких дополнительных отходов или побочных продуктов.

Каждая тонна переработанного стекла экономит более тонны природного сырья, в том числе около 650 кг песка, 186 кг соды и около 200 кг известняка.

Переработка стекла предотвращает попадание отходов стекла на полигоны, что позволяет в Республике Казахстан сохранить более 1000 га земли ежегодно.

В регионе города Павлодара в сутки выбрасывается 3 тонны боя стекла из них 800 кг – бутылки, более 2 тонны – оконные стекла. Для сбора сырья, состоящих из боя стекла, на сегодняшний день являются места общепита, развлечения и СТО (бутылки, лобовые стекла) на безвозмездной основе. Заинтересованность предприятий в сборе и сдаче боя стекла заключается в экономии собственных средств. Так как юридические лица в два раза больше оплачивают вывоз мусора, в том числе и ТБО, на полигоны с целью захоронения. Производственный процесс происходит без потери материала и практически без отходов.

ВЫВОДЫ

Бой стекла относится к новым материалам и имеет ряд преимуществ. Производимая зарубежными предприятиями (страны Европы, США и

Китай), изделия из боя стекла имеет большие функциональные возможности и сферы применения.

За последние пять лет рынок изделий из стекла вырос вдвое, тогда как спрос на продукцию удваивается чуть ли не ежегодно. Специалисты полагают, что основной причиной такого ажиотажа является бурный экономический рост в Казахстане, который, во-первых, приводит к развитию туризма, как въездного, так и выездного, и, во-вторых, к укреплению позиции Казахстана на мировой политической и экономической арене. На сегодняшний день некоторые эксперты оценивают этот рынок в 40 млн долларов.

На территории Казахстана нет ни одной компании, занимающейся производством стеклянных изделий по горячей технологии, однако, количество компаний, производящих продукцию (мебель, зеркала, витражи) из готового листового стекла в республике велико.

Сейчас республика наводнена импортным стеклом, которое завозится из России, Китая, Турции, Беларуси и Киргизии. К примеру, в 2018 году, по данным Центра маркетингово-аналитических исследований (ЦМАИ), в нашу страну было завезено более 53,6 тыс. тонн стекла на сумму 16,5 млн долларов.

Данное производство обеспечит рабочими местами население, а также это один из шагов реализации послания Президента РК по созданию и развитию внутреннего производства и переход страны из сырьевой базы в индустриально развитую страну.

Инновационные технологии являются показателем развития страны в целом, так как опыт в разработке новых технологий в нашей стране пока не достиг мирового уровня, для быстрой интеграции в мир новых технологий в данное время предпочтительней партнерская работа с известными лидерами рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОНИКОВ

1 **Ланцетти, А. Г., Нестеренко, М. Л.** Изготовление художественного стекла. – М. : Высш. шк., 1987. – 304 с.

2 **Зубехин, А. П., Голованова, С. П., Лазарева, Е. А., Рябова, А. В.** Технология изготовления и художественной обработки стекла. Введение в специальность : учеб. пособие / под ред. А. П. Зубехина. – Новочеркасск : ЮРГТУ, 2004. – 160 с.

3 Стекло листовое. Технические условия. ГОСТ 111-2001. – М. : Межгосударственный стандарт, 2003. – 33 с.

4 **Лазарева, Е. А.** Технология изготовления художественных изделий из стекла: учеб. пособие / Юж.-рос. гос. техн. ун-т. – Новочеркасск : ЮРГТУ, 2002. – 99 с.

5 **Karasu, B., Nuran, A. Y.** Cam teknolojisi. – Ankara : Milli Egitim Basimevi, 2000. – P. 141.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

Ш. Г. Садуова¹, В. Т. Станевич², П. В. Корниенко³, М. К. Кудерин

Шыны қалдықтарының өнімдері өндірісінің технологиясы мен болашағы

^{1,2,3,4}Саулет-құрылыс факультеті,

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,

Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал баспаға 15.04.19 түсті.

Sh. G. Saduova¹, V. T. Stanevich², P. V. Kornienko³, M. K. Kuderin

Technology and promise of manufacturing from glass scrap

^{1,2,3,4}Faculty of Architecture and Civil Engineering,

S. Toraihyrov Pavlodar State University,

Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Мақалада интерьер жән сәулеттік өндіріс және жиһаз элементтерінің технологиялық қағидалары, сондай-ақ декоративті және кәдесый өнімдері жазылған. Жобаның инновациялық қабілеті шыны өндірісінде жатыр, ол барлық қатты қалдықтардың шамамен 20 % құрайды. Бұл жоғары сенімділік, тиімділік, қолжетімділік, эргономика, және, ең бастысы, экологиялық тиімділік сияқты ұқсас өзгерістерден ерекшеленеді.

The article outlines the technological principles of glass processing and obtaining promising non-traditional new products in the form and design of glass used in everyday life, in the decoration of interior and architecture elements, as well as jewelry and souvenirs. The innovativeness of the project lies in the production of glass products, mainly from glass breakage, which is about 20 % of all solid waste. It differs from similar developments with increased reliability, efficiency, affordability, ergonomics, and, importantly, environmental friendliness.

А. С. Сакенов¹, А. В. Убаськин², Н. Т. Ержанов³

¹магистрант, Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.б.н., ассоц. профессор (доцент), Факультет химических технологий и естествознания, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³д.б.н., профессор, Проректор по научной работе и инновациям, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹almas.pavlodar@mail.ru; ²awupawl@mail.ru, ³dirni@mail.ru

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОГО
ПОТЕНЦИАЛА СЛАБОСОЛЕННЫХ ВОДОЕМОВ
НА ПРИМЕРЕ ОЗЕРА ЖАРЛЫКОЛЬ
ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТИ**

В статье рассматриваются вопросы, связанные с рыбохозяйственной деятельностью, которая считается одним из перспективных направлений развития северных регионов Казахстана. Проводился анализ воды озера Жарлыколь, а также возможность дальнейшего использования водоема в рыбохозяйственных целях.

Ключевые слова: солоноватые озера, гидрохимия, ихтиофауна, зарыбление, длиннопалый рак.

ВВЕДЕНИЕ

Одним из перспективных направлений развития северных регионов Республики Казахстан является рыбное хозяйство. Результаты проведенного анализа показывают, что в Павлодарской области имеется объективный потенциал для увеличения производства рыбы посредством широкого внедрения современных производительных систем аквакультуры. Весьма перспективным направлением озерного рыбоводства является использование минеральных озер, представляющих собой уникальные объекты живой природы. Несмотря на то, что для них характерны непостоянный водный режим, значительные колебания температуры и минерализации воды в течение года, вместе с тем они обладают высокой продуктивностью и перспективны для выращивания ценных видов гидробионтов.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

На территории Павлодарской области насчитывается около 1200 озер, суммарная водная поверхность которых составляет около 2360 км² или 2 % площади Павлодарской области. Озера распространены на всей территории области, однако размещены неравномерно и различаются по происхождению, морфологии озерных котловин и водному режиму. Водоема региона, как и всего Северного Казахстана существуют в режиме трансгрессивно-регрессивных циклов уровня, в ходе которых значительной динамике подвержены все важнейшие факторы среды. Для большинства мелководных водоемов равнинной части региона динамические циклы заканчиваются полным пересыханием, при котором происходит трансформация водных экосистем в наземные. По величине поверхностного стока Павлодарская область относится к наиболее маловодным районам Северного Казахстана, что связано с незначительными снегозапасами и большими потерями талых вод.

Степень засоленности озерных вод зависит не столько от современной засоленности почвенно-грунтовой толщи водосборов, сколько от исторически сложившихся условий, определяющих величину инфильтрации. Степень засоленности водосборов всегда является первопричиной засоленности озерных вод, однако в настоящее время сказываться она может в различных условиях по-разному. При прочих равных условиях формирования озерных вод на водосборах засоленность их будет тем значительней, чем меньшей фильтрационной способностью обладает дно озерной котловины и чем меньшей будет средняя глубина озера при обычных уровнях его в летнее время. Озера, почво-грунты водосборов которых в настоящее время содержат большое количество хлоридов, имеют в различной степени минерализованные хлоридные воды с преобладанием ионов Na⁺ в составе катионов. Величина минерализации воды в таких озерах колеблется в очень больших пределах, но химический состав ее при этом остается идентичным, т. е. во всех случаях хорошо выраженное преобладание ионов Cl⁻ и Na⁺.

Согласно общепринятой Венецианской системе 1958 года, все природные воды по суммарному содержанию в них растворенных веществ (по солености) подразделяются на пресные (соленость до 1,0 ‰), солоноватые (1,0–30 ‰), соленые (30–40 ‰) и ультрагалинные (более 40 ‰). Все природные воды содержат макрокомпоненты: катионы K⁺, Na⁺, Mg²⁺, Ca²⁺ и анионы Cl⁻, SO⁴²⁺, HCO₃⁻, (CO₃)²⁻. Содержание главных ионов и их количественные соотношения в пресных поверхностных водах и атмосферных осадках изменяются в достаточно широких пределах в зависимости от физико-географических особенностей местности.

Настоящие исследование были проведены на озере Жарлыколь Павлодарской области в 2018 г. Сбор фактического материала при

изучении водоема проводился с моторной лодки «Catran», гидрологические характеристики определялись с помощью эхолота и спутникового навигатора «Garmin». Бралась пробы на гидрохимический анализ воды, прозрачность воды диском Секки на различных станциях. Проводили полный ихтиологический анализ. Кормовая база рыб определялась согласно действующих типовых методов [1, 2]. Сбор ихтиологических материалов проводился по общепринятым методикам [3]. Статистическая обработка материалов проводилась по общепризнанным пособиям.

Озеро расположено на территории Казахского мелкосопочника, Баянских гор, в 16 км севернее н/п Жанажол (51°04' с.ш., 75°09' в.д.) В северо-западной части имеется небольшой залив. В ЮЗ части в озеро впадает речка Ащису. Ручьи и речки с горной водосборной площади, р. Ащису, атмосферные осадки, ключи, не пересыхающее, не замерзающее. Грунты озера состоят главным образом из черных и серых илов с песком. Имеются небольшие отмели с преобладанием песка. На основной акватории водоема имеются илы, содержащие сероводород. Длина озера – 3,5 км. Ширина – 1 км. Площадь – 230 га. Глубина максимальная 7,0 м, средняя 1,5 м. Вода в озере нейтральная. Минерализация составляла около 3,01 г/л (таблица 1). Химический состав воды озера благоприятен для его флоры и фауны.

Таблица 1 – Результаты гидрохимических исследований

pH	O ₂	NH ₄	NO ₂	NO ₃	PPO ₄	Минерализация воды, мг/дм ³
8,17	7,6	<0,5	<0,2	<0,5	<0,25	3006

Степень зарастания водоема: надводной растительностью: по берегам заросли макрофитов, подводной растительностью: 25–30 % площади озера. Площадь зарастания макрофитами 40 га или 17 %, зарастаемость подводной растительностью (рдестами) – 22 га или 10 %. Всего общая зарастаемость ~27 %.

В основном флора макрофитов представлена типичными видами водной растительности: тростник южный, камыш озерный.

Фауна зоопланктона водоема включает различные виды и формы из трех классов и представлена космополитами, голарктами и палеарктами. Доминируют представители Сорерода. Биомасса зоопланктона составила в среднем – 2,16 г/м³, что является низким показателем продуктивности планктона.

Бентофауна водоема типична для водоемов юга Западной Сибири. Численность бентосных организмов составляла 1,85 тыс.экз./м³. Биомасса бентоса 5,55 г/м². Эти данные свидетельствуют о благоприятных условиях существования ихтиофауны в водоеме.

В озере Жарлыколь рыбы: карп-сазан, карась серебряный, плотва сибирская, окунь обыкновенный. Наличие редких видов рыб в водоеме не обнаружено. У

исследованных видов рыб наблюдалось хорошее общее санитарное состояние. Не отмечено наличие язв, некрозов, внешних повреждений.

В озере Жарлыколь целесообразно создание озерно-товарного рыбного хозяйства (ОТРХ).

Для увеличения кормовой базы рыб необходимо предусмотреть внесение в водоем удобрений. В качестве органического удобрения рекомендуется использовать компостные кучи из свежескошенных надводных и подводных растений (тростник, рогоз, мягкая растительность), устраиваемые на глубине до 0,5–1 м. На мелководной части озера летом устраивают 4–5 куч размером 1,5*1,5*1,5 м на 1 га. Скошенная растительность в виде компостных куч летом разлагается и в виде биогенных элементов улучшает условия питания беспозвоночных организмов и питающихся ими рыб.

Следует строго соблюдать правило: одновременное внесение азотных и фосфорных удобрений, раздельное внесение с разницей в несколько дней недопустимо (таблица 2). При регулярном внесении удобрений через 2–3 года озера становятся среднекормными. Их удобряют 1–2 раза за сезон. Дальнейшее удобрение озер можно проводить через год или два.

Таблица 2 – Нормы удобрения озера Жарлыколь

Площадь озер, га	Удобряемая площадь, %	Суперфосфат, кг/га	Аммиачная селитра, кг/га
230	50	20	25

Зарастаемость мелководий водоема водной растительностью оптимальна и не требуется её выкос. Необходимо поддерживать численность и биомассу водных растений на этом оптимальном уровне. Недопустимо зарыбление озера Жарлыколь рыбами-фитофагами (растительными – белым амуром, толстолобиком).

В настоящее время в озере по массе доминируют карась и плотва (рисунок 1). Сазан занимает 1/5 часть промыслового запаса рыб в озере.

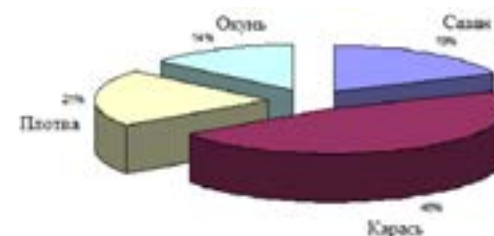


Рисунок 1 – Видовой состав рыбы

С целью повышения продуктивности озера необходимо вселение ценного вида – сазана-карпа. В настоящее время целесообразно довести численность сазана-карпа в водоеме до размеров запаса, чтобы этот вид использовал до 50 % естественной продуктивности водоема.

Учитывая, что естественная продуктивность водоемов III зоны рыбоводства, в т.ч. и озера Жарлыколь, составляет 70 кг/га, то целесообразно довести продуктивность по сазану-карпу до 30 кг/га.

Принимая, что основная масса карпа в уловах должна составлять 3 кг, а выживаемость крупной молодежи (годовиков, сеголетков) в водоеме, в котором отсутствуют крупные хищники (щука, судак, налим) составляет около 30 %, плотность посадки сеголетков сазана (карпа) для озера Жарлыколь можно принять в размере 33–35 шт/га или 7,7–8,1 тыс. шт. на водоём ежегодно. Зарыбление озера годовиками следует проводить в апреле, а сеголетками – в августе-октябре. В качестве подкормки можно использовать жмыхи, зерно пшеницы, ячменя, горох, кукурузу, комбикорм. В среднем на 1 кг прироста нужно расходовать не менее 5–6 кг кормов. В теплый период лета кормить не менее 3 раз в сутки. Корм кладут в кормушки, которые устраивают. В местах с благоприятным кислородным режимом на глубине 0,6–0,8 м.

Проводимые мероприятия позволяют достигнуть продуктивности по рыбе в 50 кг/га.

Поскольку в озере Жарлыколь не отмечены зимние заморы, то рационально использовать многолетний нагул рыбы, который позволяет получить более крупную товарную рыбопродукцию. При таком цикле необходимо особенно тщательно учитывать выловленную рыбу, чтобы правильно определить необходимое количество ежегодно вселяемого рыбопосадочного материала.

Необходимым условием организации культурного рыбоводства в озере Жарлыколь является подавление численности местных малоценных видов рыб (плотвы и окуня).

Основой пастбищного выращивания рыбы в озере Жарлыколь является использование естественной кормовой базы водоема. Однако при возможности обеспечить хозяйство запасом собственных сравнительно недорогих кормов (например, зерноотходами) целесообразно использовать подкормку рыбы с целью увеличения выхода рыбопродукции. Общая рыбопродуктивность при этом обеспечивается за счет естественной кормовой базы и вносимых кормов. При выборе корма в озере Жарлыколь необходимо в первую очередь использовать более доступные и дешевые корма. Это значительно снизит себестоимость производства рыбы.

Подкармливание карпа (сазана) искусственными кормами в озерах проводится на кормовых местах, расположенных в прибрежной части в озере Жарлыколь, на участках с чистым твердым грунтом, в местах глубиной не менее

0,6 м. Количество кормушек определяют или в зависимости от площади озера (на 1 га при площади озера до 25 га выставляют 1 кормушку, 25–50 га – 2 кормушки, 50–100 га – 3 кормушки), или от количества рыбы (1 кормовое место на 600–800 двухлетков). Необходимо следить за санитарным состоянием кормовых мест.

Эффективность отлова рыбы в озере Жарлыколь во многом зависит от выбираемого периода лова, орудий и методов лова. В озере Жарлыколь можно использовать комбинированный лов пассивными и активными орудиями лова.

При рациональном ведении озерного хозяйства оптимальный срок отлова рыбы проводится после завершения нагульного периода. В течение летнего времени и должен производиться лов закидным неводом. На озере Жарлыколь состав бригады возможен до 10 и более человек, оснащенных закидным неводом длиной 600–800 м.

Произведенная в озере Жарлыколь товарная рыба будет поступать потребителю в живом, охлажденном и переработанном виде.

В озере Жарлыколь целесообразно также выращивание длиннопалого рака (Шаян ұзын сирақ; *Pontastacus leptodactylus*).

В озере Жарлыколь длиннопалый рак в небольшом количестве обитает в мелководной зоне и отсутствует глубоководной части озера с глубинами более 2–2,5 м. В контрольные раколовки за сутки попадало от 0,1 до 1,3 кг раков. При этом в глубоководных зонах раки отсутствовали. В водоеме встречались особи длиной 6–14 см и массой 11–118 г. Основную массу составляли половозрелые особи длиной 11–14 см и массой 44–118 г.

Исследования показали, что раки обитают на территории озера Жарлыколь равной 195,5 га, где они находят себе убежища и пищу. Вегетационный период в озере Жарлыколь продолжается около 5 месяцев, дно водоемов богато донной пищей для раков. При развитии раководства здесь не придется строить зимовальных прудов, являющихся самой дорогой частью ракоразведения. В условиях озера сеголетки рака могут хорошо перезимовать в водоеме.

Озеро целесообразно дополнительно заселять годовиками и вылавливать товарного рака не в этот же год осенью, а через год, когда трехлетний рак достигнет веса 120–130 г. Потребность в ракопосадочном материале при трехлетнем сроке выращивания в два раза меньше, чем при двухлетнем. При правильной раководной эксплуатации озера, можно получить минимум по 300 кг, а за два года – 600 кг с 1 га. При совместном выращивании двухлетков и сеголетков ракопродуктивность озера может быть повышена на 40–60 %.

ВЫВОДЫ

Таким образом, на озере Жарлыколь целесообразно создание озерно-товарного рыбного хозяйства. При соблюдении рекомендаций науки по зарыблению водоема крупным посадочным материалом карпа-сазана

в объеме 7,7–8,1 тыс. шт., проведению мероприятий по кормлению выращиваемой рыбы и улучшения среды её обитания рыбопродуктивность водоема может достигнуть до 50 кг/га и до 300 кг/га длиннопалого рака.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Методические рекомендации по сбору и обработке материала гидробиологических исследований на пресноводных водоемах. Зоопланктон и его продукция. – Л. : 1984. – 33 с.

2 Рекомендации по методике количественного учета пресноводных беспозвоночных. – Минск, – 1968. – 19 с.

3 **Правдин, И. Ф.** Руководство по изучению рыб [Текст] : научное издание / И. Ф. Правдин. – М., 1966. – 372 с.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

A. S. Sakenov¹, A. V. Ubaskin², N. T. Erzhanov³

Павлодар облысындағы Жарлықөл көлі негізінде алынған төмен тұзды су қоймасын табиғи-ресурстық әлеуетін пайдалану

^{1,2,3}S. Toraihyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Материал баспаға 15.04.19 түсті.

A. S. Sakenov¹, A. V. Ubaskin², N. T. Erzhanov³

The use of natural resource potential of salted water reservoirs on the example of lake Zharlykol in Pavlodar region

^{1,2,3}S. Toraihyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Мақалада балық шаруашылығы қызметімен байланысты мәселелер қарастырылады, ол Қазақстанның солтүстік өңірлерін дамытудың перспективасы бағыттарының бірі болып саналады. Жарлықөл көлінің суына талдау жүргізілді, сондай-ақ су қоймасын балық шаруашылығы мақсатында одан әрі пайдалану мүмкіндігі қарастырылады.

The article deals with issues related to fisheries, which is considered one of the promising areas of development of the Northern regions of Kazakhstan. Analyses were made of the waters of lake Zharlykol, as well as the possibility of further use of the reservoir for fishery purposes.

ГРНТИ 77.03:069.4

T. M. Sarsenov¹, E. K. Rakhimov²

¹магистрант, Гуманитарлық-педагогикалық факультет, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

²phD, қауымд. профессор (доцент), Гуманитарлық-педагогикалық факультет, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы

e-mail: ¹sarsen94@mail.ru; ²vernur_rakhimov@mail.ru

ФОТО ЖӘНЕ ВИДЕО БАҒЫТЫНДАҒЫ START UP ЖОБАСЫН ІСКЕ АСЫРУ ЖОЛДАРЫ

Мақала мазмұны бойынша қазіргі заманда өте танымал, маңызды бизнес сферасындағы идеялардың бірі фото және видеотүсірілім қызметінің стартап жобасын іске асырудың тетіктеріне арналған. Мақалада, стартап жобаның маңыздылығы, мақсаттары мен міндеттері, нарық жағдайында өміршеңдігі туралы сөз қозғалып, оның басты ерекшеліктері аталып кетіледі.

Кілтті сөздер: стартап жоба, фото, видео түсірілім, нарық, бизнес идея, этнография.

КІРІСПЕ

Бүгінде адамзат баласы өз өмірін фотографиясыз елесте алмайды. Психология саласының зерттеулеріне сүйенсек қазіргі таңда адамзат сана сезімі өз өмірінде болған қызықты да қуанышты сәттерді болашақта еске түсіріп отыру үшін ұялы телефонын алып фотоға немесе бейнеге түсіруге бейімделген. Алайда бұл процесс бұрыннан жалғасып келеді деуге болады, Сонау тас дәуірінде алғашқы адамдар өз өміріндегі оқиғаларды тасқа сурет салу арқылы естелік етсе, уақыт өте келе маңызды жәйттерді суретшілердің көмегімен картинаға түсіріп отырды, XIX ғасырдан ғана бұл іс прогресстің нәтижесінде автоматтандырыла бастайды да, 1889 жылы Кодак компаниясы алғашқы пленкалы фотоаппарат құрастырып, тарихта ірі өзгеріс жасайды. Сол кезден бастап адамзат тарихында алғашында фототүсірілім, кейіннен видеотүсірілім қызметтері дами бастайды.

НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Фото-видеотүсірілім – өткеннің бизнес идеясы болғанымен ол ешқашан өз маңыздылығын жоғалтқан емес және де коммерциялық жағынан

пайдалы істердің бірі болып табылады. Ұсынатын фото-видеоқызметтердің сапалылығы мен креативті идеялармен жабдықталуы табыстың басты кілті болып табылмақ.

Аталған идеяның өміршеңдігінің басты негіздері:

– Аталған бизнес аясының Қазақстан нарығында бәсекелестерге аз болуы. Дәл осы аргумент, аталған бизнес идеяның тез арада дөңгеленіп, басында құйылған инвестиция көзінің тез қайтарылуына мүмкіндік туғызады.

– Зерттеулерге қарасақ, фотография мен видеоға деген халықтың қызығушылығы күннен күнге артып жатпаса, кемімегендігі рас. Ең бастысы алынған тапсырыстардың сапалы түрде жоғары профессионализммен орындалып, тапсырыс иесіне табысталуы брендтің тез арада танымал болуына негіз болады.

– Фото және видео қызметтер ұсынуға арналған құрал-жабдық жасаушылар сферасында жоғары конкуренцияның болуы таңдау аясын кеңейтіп, баға саясатының демократизациялануына жағдай жасап отыр. Қысқаша айтқанда, құрал-жабдық алуда нарықта таңдау өте мол.

Бір жағынан бүгінде технологиялардың дамуы заманында әрбір адамның қалтасындағы ұялы телефондардың сапалы сурет пен видеоға түсіре алатындығы бизнес-жобаны құрдымға әкетуі мүмкін ғой деген сұрақ туындатады. Бірақ та тәжірибе көрсетіп отырғандай, ұялы телефон бар екендігіне қарамастан тұтынушылар өз өмірінің ғажайып сәттерін болашақта еске түсірілі, өзінен кейінгі ұрпақтарына көрсетуі үшін тікелей фото және видео түсірілім қызметтерін ұсынатын мекемелерге жүгінеді екен. Себебі, осы сферада жұмыс істейтін ұйымдардың арқасында тұтынушылар өз көздерімен көрген оқиғаларды дәл сондай түрлі-түсті ғажайып күйде болашақта теледидар-компьютерлерінің экраны арқылы тамашалай алатын болады [1].

Аталған идеяны этнографиялық бағытпен байланыстырып жіберсе тікелей «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша халықтың рухани санасын жаңғырту тетіктерін дамуға септігін тигізе алады. Рухани жаңғыру бағдарламасының «Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы» тармағы бойынша киелі жерлердің тек карталары құрылып қана қоймай сол өлкелерге баруға мүмкіншілігі жоқ жұртқа өлкенің аурасын таныстыру мақсатында киелі орындардың фотолары мен бейнематериалдары қажет болары анық. Дәл осы тұста фото-видео өндірумен айналыстаны мобильді агенттіктің қажеттілігі мол болмақ. Агенттік киелі орындардың фотосуреттерінен альбомдар жинағы мен демонстративтік мақсаттағы қысқа көлемді бейнероликтер әзірлеумен шұғылдана алады.

«Жаһандағы заманауи Қазақстандық мәдениет» тармағы аясында да Қазақстанның табиғатына, мәдениетіне, өлкенің ерекшеліктеріне арналған фотосуреттер мен бейнероликтер түсірудің маңызы зор болмақ.

Жасалынған материалдардан жинақталып шығарылатын фотоальбомдар мен бейнероликтер жиынтығы болашақ ұрпақ үшін қазіргі таңдағы Қазақстан халқының өмір сүру жағдайын демонстративті түрде көрсетуге таптырмас құрал болып табылады. Қысқаша айтқанда жасалынатын жұмыстардың этнографиялық-тарихи маңызы да рухани-мәдени маңызы да зор [2].

Сондай-ақ Елбасының «Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасы да аталған идеяның жұмысымен тікелей байланысты. «Бизнестің жол картасы – 2020» Қазақстандағы өңірлік кәсіпкерлікті қолдау әрі дамыту болып табылады. Бағдарламада көрсетілген экономиканың маңызды секторларының ішіндегі мәдениет және қызмет көрсету сферасы тікелей осы стартап жұмысын бастап дамытуға қолдау болады. Бағдарлама аясында мемлекеттік гранттар мен кредиттер бойынша төмен пайызды субсидиялардың бөлінуі ұсақ бизнеске арналған микрокредит және тағы басқа мемлекет тарапынан жасалынатын қаржылық қолдау таңдап отырған кәсіп түрінің кең өріс алуына мүмкіндік береді.

Болашақта кең өріс алып агенттік жұмысының дамуы әрі ірі масштабтарда жұмыс істеуі тікелей жаңа жұмыс орындарының пайда болуына мүмкіндік береді. Ал бұл өз кезегінде «Еңбек» 2017–2021 жылдарға арналған халықты жұмыспен қамту және көпшілік кәсіпкерлік бағдарламасының басты пункттерімен байланысты [3].

Аталған стартап жоба ұсақ бизнес сферасында өндірістік қызмет атқарады, соның ішінде қызмет-көрсету саласына жатады. «Da Vinci prod.» атауымен Павлодар өңірі мен жақын аймақтарда фото және видеотүсірілім қызметтері бойынша креативті идеяларға бай агенттік болып табылады. Агенттік жұмысы тікелей этнография саласымен байланысты болғандықтан фото және видео түсірілім қызметі бойынша басты назарда тарихымыздың мәдени туындылары және рухани жаңғыру бағдарламасы аясындағы іс-шаралар жиынтығымен байланысты. Агенттіктің басты назарында халықтар өмірі мен тұрмыс-тіршілігі болатыны рас.

Ұсынатын қызметтер номенклатурасы:

- той-думандар;
- мерекелік іс-шаралар;
- модельдік агенттіктермен жұмыс;
- жарнама роликтерін түсіру;
- жеке тұлғалармен жұмыс;
- музейлер, мемлекеттік мекемелер тарапынан өткізілетін іс-шаралар.

Қызмет түрінің нарықта танымал болуы әрі тұтынушылардың есінде сақталуы мақсатында қызметті брендтеу үшін атау мен логотип жасалынды. Агенттіктің «Da Vinci» атауы тікелей танымал итальяндық суретші әрі ғалымның есімімен байланысты, ол өз заманының танымал қылқалам суретшісі болса, біздің агенттік қазіргі заманның суретшісі болғысы келеді. Бұл

атаудың оңай айтылуы және де көпшілік қауымға танымал екендігі агенттіктің брендке айналу процессін жеңілдететіні де бар. Агенттік атауындағы «prod.» сөзі «production» сөзінің қысқартылған формасы. Production сөзі ағылшын тілінен аударғанда өндіру деген мағынаны білдіреді. Яғни, агенттік тек қана фотосуреттерді жасап қана қоймай, видеоматериалдарды пайдаланып белгілі бір бейнероликтер жасаумен де шұғылданады [4].



Сурет 1

Агенттіктің танымалдылығына арттыру мақсатында логотип те жасалынды. Логотип www.hipsterlogogenerator.com/ сайтының көмегімен жасалынды. Логотиптің ортасында агенттік атауы және оның белгілі бір қызметті өндірумен шұғылданатындығының белгілісі ретінде «prod.» сөзі жазылған. Оның астында агенттіктің жұмыс істей бастаған уақыты көрсетілген. Тесттің ең үстіңгі жағында агенттіктің фото және видео қызметтерді ұсынатындығының белгісі ретінде фотоаппараттың бейнесі орналастырылған. Төменгі бөлікте бес жұлдыздың орналастырылуы агенттіктің басты назарда әрдайым сапалы қызметті ұсынуды көздейтіндігімен байланыстырылса, екі жақтан лавр гүлтәжінің орналастырылуы грек мифологиясындағыдай жеңістің белгісі болып табылады [5].

Аталған жоба аясындағы өнім – ол фотосуреттер мен видеоматериалдардан құрастырылған бейнероликтер болып табылады. Алдын ала болжанған өнім шығарылып табыс әкелуі үшін жасалынатын алгоритмдер тізбегімен танысып өтсек. Біріншіден агенттік пен тапсырыс беруші арасында фотосуреттер мен бейнероликтерге қатысты ерекшеліктер мен қалаулар ескерілетіндей етіліп келісім жасалынады. Содан кейін тапсырыстың түріне байланысты, фотограф не болмаса видеограф түсірілім орнында материалдың база құрастырумен айналысады. Жинақталған материал бірден тапсырыс иесіне табысталмай, міндетті түрде өңделуден өтеді. Фотосуреттерді өңдеу үшін Adobe компаниясының Lightroom, Photoshop атты бағдарламалары және де бейнеролик құрастырып, оны әрлеу мақсатында аталған компанияның Premier Pro және After effects бағдарламалары қолданылады. Өңделіп

әрленген материалдар тапсырыс берушіге алдын ала келісілген форматта табысталады. Ол интернет көмегімен электронды почтаға сілтеме жіберу, не болмаса CD, DVD дисктерге жазып беру, флешкартаның көмегіне жүгіну және т.б. [6].

ҚОРЫТЫНДЫ

Қорытындылай айтқанда, агенттік жұмысының өзге фото және видеоқызметтерін ұсынатын мекемелерден басты айырмашылығы бастапқы кезеңде мобилді жұмыс жасауы болып табылады. Яғни, мекеменің офиссіз болуы тұтынушылармен келісімшарттар жасауға қала көлеміндегі кез-келген орынды таңдауға мүмкіндік туғызады. Яғни, егер сіз тапсырыс бергіңіз келсе, алыстан арбалатып агенттіктің офисін іздеп жүрмейсіз, керісінші, бір телефон қоңырауымен біз сізге ыңғайлы орында кездесіп, тапсырыстың детальдарын ақылдасатын. боламыз. Ал егер де студиялық фото түсірілімге тапсырыс түсіп жатқан жағдайда, бұл проблема аутсорсингтік жолмен шешіледі.

ПАЙДАЛАНҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

- 1 **Руйс, А.** Диспут длиной в тысячелетие // Импакт: наука и общество. Фотография на грани искусства и науки. – 1993. – № 4. – С. 1–8.
- 2 **Базен, А.** Онтология фотографического образа // Что такое кино. – М. : Советское искусство, 1972.
- 3 **Магидов, В. М.** Кинофотофонодокументы в контексте исторического знания. – М. : Наука, 2005. – 512 с.
- 4 **Хренов, Н.** Фотография в контексте культуры // Фотография. Проблемы поэтики. – М. : Кльтура, 2007.
- 5 **Тихонов, Н. П.** Фотография в полевой работе. – Л. : ГосИздИстЛит, 1932.
- 6 История фотографии (с 1839 года до наших дней). – М. : Гардарики, 2010.

Материал баспаға 15.04.19 түсті.

Т. М. Сарсенов¹, Е. К. Рахимов²

Механизмы реализации стартап проекта по фото- и видеонаправлению

^{1,2}Гуманитарно-педагогический факультет,
Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова,
г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
Материал поступил в редакцию 15.04.19.

T. M. Sarsenov¹, E. K. Rakhimov²

Mechanisms for implementing a startup project in the field of photography and video

^{1,2}S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Статья освещает проблемы разработки и реализации механизмов стартап проекта по фото- и видео- направлению, как одного из самых перспективных и важных бизнес идей. Раскрыты актуальность, цель, задачи, живучесть в рыночных условиях, а также особенности разрабатываемого стартап проекта.

The article highlights the problems of developing and implementing the startup project mechanisms in the field of photography and video, as one of the most promising and important business ideas. Revealed the relevance, purpose, objectives, survivability in market conditions, as well as the features of the developed startup project.

ГРНТИ 14.35.07

З. Р. Самтарова¹, Н. М. Ушакова²

¹магистрант, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²профессор, Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹sattarova-zarina@list.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ЦЕНТРА МЕДИА ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ПЕДАГОГОВ И СТУДЕНТОВ

В статье рассматривается изучение предпринимательской основы для создания центра медиа образования для педагогов и студентов. Статья написана в целях создания в городе Павлодаре современного центра по оказанию образовательных услуг, ориентированных на повышение педагогических познаний и психологического уровня студентов и педагогов, предприятий и иных посетителей центра. В ходе исследования, прежде всего, было изучено финансирование за счет привлеченных инвестиций, грантовых денег, собственных средств, а так же поставлены основные задачи для реализации предпринимательских основ по созданию центра медиа образования для педагогов и студентов. В статье показаны основные направления инвестиционных вложений, а так же указаны услуги по направлениям. При проведении учебных занятий в целях углубленного и устойчивого усвоения материала будут использоваться следующие социально-ориентированные методы обучения: дискуссионные методы обучения (групповая дискуссия, групповое интервью, сократовская беседа, «круглый стол», «мозговой штурм» и др.), игровые методы обучения (психодрама, социодрама, имитационные игры, игровая терапия), кейс методы (деловые ситуации и игры), методы визуального усвоения материала (использование медиатеки), социально-психологические тренинги, смешанные и комплексные методы. В заключительной части статьи приведены выводы по теме исследования.

Ключевые слова: инновационность, образования, обучение, медиакомпетентность, проект.

ВВЕДЕНИЕ

Об актуальности развития критического мышления говорил глава государства, Н. А. Назарбаев в своем послании «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность»: «Прежде всего, должна измениться роль системы образования. Наша задача – сделать образование центральным звеном новой модели экономического роста. Учебные программы необходимо нацелить на развитие способностей критического мышления и навыков самостоятельного поиска информации» [1].

Настоящий проект предполагает создание центра по оказанию образовательных услуг с использованием медиа-средств в различных направлениях как новый механизм образования.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Цель проекта: создание в городе Павлодаре современного центра по оказанию образовательных услуг, ориентированных на повышение педагогических познаний и психологического уровня студентов и педагогов, предприятий и иных посетителей центра.

Задачи проекта: разработка и дальнейшее испытание внедряемой медиа-технологии, регистрация юридического лица, поиск и обучение соответствующего персонала, правильное позиционирование на рынке (занятие ниши), проведение рекламной кампании среди потребителей, проработка данной концепции как франшизы, источники и направления инвестиций.

Эти задачи провозглашаются в качестве приоритетных и зафиксированы в числе нормативных документов области образования, в частности, в Концепции развития образования Республики Казахстан до 2015 года, Государственной программе развития образования в Республике Казахстан до 2020 года.

Современный учитель – это, прежде всего, специалист, свободно ориентирующийся в информационном пространстве, имеющий необходимые знания и навыки для того, чтобы осуществить поиск, хранение и использование информации, ее трансформацию и видоизменение, работать с разнообразными носителями информации, использовать для этих целей современные технологии, компьютерные коммуникации и системы [2].

Настоящий проект будет финансироваться за счет-привлеченных инвестиций, грантовых денег, собственных средств. Привлечение инвестиции будут охватывать непосредственно средства частных заинтересованных инвесторов в данном проекте. Кроме того, планируется финансовые средства полученных в рамках планирования проекта в грантовых программах инвестиционно-финансовых организаций [5].

Величина и структура инвестиций в реализацию проекта по источникам финансирования представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура инвестиций в реализацию проекта по источникам финансирования

Источники финансирования инвестиций	Структура, %
Привлеченные средства	20
Грантовые средства	60
Собственные средства	20
Итого	100

В рамках привлеченных средств планируется участие в конкурсах на соискание государственных грантов для субъектов малого предпринимательства в рамках единой программы Дорожной карты бизнеса -2020, а также в конкурсах ТОО «ПГУ Венчур» и МОН РК для привлечения инвесторов и иных конкурсах в сфере образования или допускающих участие данных направлений.

Основными направлениями инвестиционных вложений будут выступать – основной капитал (основные производственные фонды), оборотный капитал (оборотные средства) HR-ресурсы (кадровый потенциал проекта).

Величина и структура инвестиций по целевому назначению представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Размер и структура инвестиций по целевому назначению

Направления инвестиционных вложений	Сумма, тенге	Структура, %
Инвестиции в основной капитал	1500000	75
Инвестиции в оборотный капитал	300000	15
Инвестиции в HR-ресурсы	200000	10
Итого	2000000	100

В целом, имеется устойчивый характер развития, если структура финансирования проекта по основным целевым направлениям будет носить эффективный характер, будет иметь место высокий удельный вес инвестиций в основной капитал.

Потенциальными выгодами от инвестирования финансовых средств в данный проект являются: повышение качества обучения, при снижении временных и человеческих затратах в виду применения новых технологий, быстрая окупаемость в виду востребованности на рынке и широкого

прейскуранта услуг, низкие затраты при пробуксовке на начальных этапах, возможность зарегистрировать данную методику обучения как объект авторского права и реализовать его как франшизу.

Данный проект имеет поддержку на государственном уровне. Проект будет содействовать в реализации таких Государственных программ, как дорожная карта бизнеса – 2020, государственная программа развития образования, программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства.

В рамках программы «Дорожная карта бизнеса – 2020» проект будет реализован по следующим направлениям: обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

В рамках Государственной программы развития образования проект будет соответствовать следующим пунктам: адаптация системы образования к новой социально-экономической среде, совершенствование и повышение конкурентоспособности образования, развитие человеческого капитала путем обеспечения доступности качественного образования для устойчивого развития экономики, обеспечение равного доступа всех участников образовательного процесса к лучшим образовательным ресурсам и технологиям, повышение престижа профессии педагога, модернизация системы образования в соответствии с запросами общества.

Основными видами предлагаемых услуг являются курсы повышения квалификации для педагогов, магистрантов и студентов – целью курсов является

Виды повышения квалификации, которая будет оказывать данная организация: краткосрочное (не менее 72 часов) тематическое обучение по вопросам медиаобразования, которая производится по месту основной работы и обучения, заканчивается сдачей соответствующего экзамена, зачёта или защитой реферата, тематические и проблемные семинары (от 72 до 100 часов) будут проводится по таким направлениям, как психолого-педагогическое, педагогические технологии, развивающие медиатехнологии и др., востребованные на уровне образования, обеспечивающая всеми образовательными учреждениями. Кроме того, планируется проведение платных тренингов и курсов как для учебных организаций, так и для частных лиц. Центр будет предоставлять более 10 тренингов и более 15 курсов по заявленным направлениям деятельности. После прохождения тренингов или курса обучения предоставляется сертификат. Подготовка преподавателей в групповых и индивидуальных занятиях – организация будет представлять, как групповые и индивидуальные занятия [6].

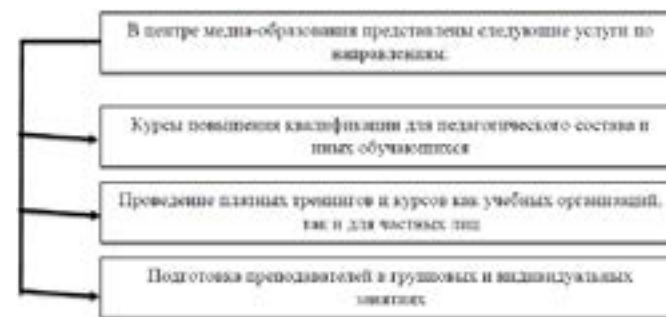


Рисунок 1

Виды предлагаемых услуг представлены в рисунке 2.1

В условиях медиатизации образования формирования профессиональной медиакомпетентности педагога органично связываются с обеспечением их полноценной подготовки к использованию средств медиа в учебном процессе. На современном этапе в педагогической науке представлено специфическое направление – медиаобразование (А. В. Федоров, К. Тайнер и др.), под которым понимается процесс образования и развития личности с помощью и на материале медиа, с целью формирования культуры общения, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки различной информации, обучения различным формам самовыражения с помощью современной компьютерной и цифровой техники [3].

При проведении учебных занятий в целях углубленного и устойчивого усвоения материала будут использоваться следующие социально-ориентированные методы обучения: дискуссионные методы обучения (групповая дискуссия, групповое интервью, сократовская беседа, «круглый стол», «мозговой штурм» и др.), игровые методы обучения (психодрама, социодрама, имитационные игры, игровая терапия), кейс методы (деловые ситуации и игры), методы визуального усвоения материала (использование медиатеки), социально-психологические тренинги, смешанные и комплексные методы.



Рисунок 2

Технология производственного процесса представлена на рисунке 2.

Кроме того, важно отметить, что медиакультура становится в современных условиях важным средством развития творческого потенциала, способом освоения социокультурного пространства.

Современные подходы к медиаобразовательному процессу во многом предопределяются процессами, происходящими в глобальном информационном пространстве, связанными совершенствованием современных информационных технологий, расширением рамок интерактивного общения и взаимодействия с миром медиа (медиауслуг, медиаресурсов и т.д.) [4].

Инновационность данных услуг будет заключаться в следующем:



Рисунок 3

ВЫВОДЫ

Таким образом, по изучению предпринимательских основ для создания центра медиа образования для педагогов и студентов мы выполнили следующие:

1 цель проекта: создание в городе Павлодаре современного центра по оказанию образовательных услуг, ориентированных на повышение педагогических познаний и психологического уровня студентов и педагогов, предприятий и иных посетителей центра;

2 задачи проекта: разработка и дальнейшее испытание внедряемой медиа-технологии, регистрация юридического лица, поиск и обучение соответствующего персонала, правильное позиционирование на рынке (занятие ниши), проведение рекламной кампании среди потребителей, проработка данной концепции как франшизы, источники и направления инвестиций;

3 настоящий проект будет финансироваться за счет-привлеченных инвестиций, грантовых денег, собственных средств. Привлечение инвестиции

будут охватывать непосредственно средства частных заинтересованных инвесторов в данном проекте. Кроме того, планируется финансовые средства полученных в рамках планирования проекта в грантовых программах инвестиционно-финансовых организаций [5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Назарбаев, Н. А.** Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана: Послание Президента народу Казахстана // [Электронный ресурс]. – http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g.

2 **Искаков, Б. А.** Развитие медиакомпетентности учителей в условиях ресурсного центра / Б. А. Искаков – Барнуал, 2013.

3 Внедрение и развитие в Казахстане медиаобразования. Почему это необходимо? // Интернет-ресурс «Центр исследования правовой политики» [Электронный ресурс]. – <http://lprc.kz/ru>.

4 Тенденции и перспективы развития российского медиаобразования: использование лучших традиций британской медиапедагогике // Международный информационно-аналитический журнал «Crede Experto : транспорт, общество, образование, язык» / И. В. Чельшева, Г. В. Михалёва. – № 3 (6). – Сентябрь 2015.

5 **Арустамов, Э. А.** Организация предпринимательской деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Арустамов, Э. А., Пахомкин, А. Н., Митрофанова, Т. П. – 3-е изд., испр. – М. : Дашков и К, 2011. – 332 с.

6 **Касьянова А. В.** Настольная книга индивидуального предпринимателя : полное практическое руководство / Касьянова, А. В. – Изд. 20-е, перераб. и доп. – М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2012. – 360 с.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

3. Р. Самтарова¹, Н. М. Ушакова²

Педагогтар мен студенттерге арналған медиа білім беру орталығын құрудың кәсіпкерлік негіздері

^{1,2}Гуманитарлық-педагогикалық факультеті,
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал баспаға 15.05.19 түсті.

The business basis for the creation of the center for media education for teachers and students

¹2S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада студенттер мен педагогтарға арналған медиа білім беру орталығын құру үшін кәсіпкерлік негіздерді зерттеу қарастырылған. Мақала Павлодар қаласында студенттер мен педагогтардың, кәсіпорындар мен Орталықтың басқа да келушілерінің педагогикалық білімі мен психологиялық деңгейін арттыруға бағытталған білім беру қызметтерін көрсету бойынша заманауи орталық құру мақсатында жазылған. Зерттеу барысында, ең алдымен, тартылған инвестициялар, гранттық ақша, өз қаражаты есебінен қаржыландыру зерттелді, сондай-ақ педагогтар мен студенттерге арналған медиа білім беру орталығын құру бойынша кәсіпкерлік негіздерді іске асыру үшін негізгі міндеттер қойылды. Мақалада инвестициялық салымдардың негізгі бағыттары көрсетілген, сондай-ақ бағыттар бойынша қызмет көрсету жасарлықтары көрсетілген. Оқу сабақтарын өткізу кезінде материалды тереңдетіп және тұрақты игеру мақсатында оқытудың мынадай әлеуметтік-бағытталған әдістері пайдаланылады: оқытудың дискуссиялық әдістері (топтық пікірталас, топтық сұхбат, Сократтық өңгіме, «доңгелек үстел», «ми шабуылы» және т.б.), оқытудың ойын әдістері (психодрама, социодрама, имитациялық ойындар, ойын терапиясы), кейс әдістер (іскерлік жағдайлар мен ойындар), материалды визуалды игеру әдістері (медиаатеканы пайдалану), әлеуметтік-психологиялық тренингтер (медиаатекаларды қолдану), аралас және кешенді әдістер. Мақаланың қорытынды бөлімінде зерттеу тақырыбы бойынша тұжырымдар келтірілген.

The article deals with the study of the entrepreneurial basis for the creation of a media education center for teachers and students. The article is written in order to create a modern center for the provision of educational services aimed at improving the pedagogical knowledge and psychological level of students and teachers, enterprises and other visitors to the center in Pavlodar. The study primarily considered financing-attracted investment of grant money, private funds, and set key tasks for the implementation of

business fundamentals to create a center of media education for teachers and students. The article shows the main directions of investment, as well as the decrees of services in the areas. The following socially-oriented teaching methods will be used in conducting training sessions for in-depth and sustainable assimilation of the material: discussion teaching methods (group discussion, group interview, Socratic conversation, «round table», «brainstorming», etc.), game teaching methods (psychodrama, sociodrama, simulation games, game therapy), case methods (business situations and games), methods of visual assimilation of the material (use of media library), socio-psychological training, mixed and complex methods. The final part of the article presents the conclusions on the research topic.

Р. Р. Смаилов¹, А. А. Титков², С. Н. Мамытова³

¹магистрант, кафедра «История Казахстана», Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²к.э.н., профессор, Кафедра «Экономка», Факультета государственного управления, бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³д.и.н., профессор, Кафедра «История Казахстана», Гуманитарно-педагогический факультет, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан
e-mail: ¹smailov-sr@mail.ru; ²alexey-pvl@mail.ru; ³mamutova-pvl@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В СФЕРЕ ИДЕОЛОГИИ (ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ)

В статье рассматриваются перспективы развития организаций дополнительного образования и повышения квалификаций в сфере идеологии с точки зрения предпринимательства, на примере проекта «Учебно-методический центр «Мәңгілік ел». В статье раскрываются: важность повышения квалификаций; роль Ассамблеи народа Казахстана в укреплении общественного согласия; опыт реализации проекта и результат.

Ключевые слова: повышения квалификаций, дополнительное образование, Ассамблея народа Казахстана, межкультурные коммуникации.

ВВЕДЕНИЕ

В связи со стремительным развитием современного общества и усилением роли рыночной экономики на все сферы жизнедеятельности человека, такие термины, как конкурентоспособность, рекрутинг, вдохновляющие управление, стали важной частью жизни. Рынок труда ставит высокие критерии для тех, кто находится в поисках работы. Основа конкуренции базируется на обладании претендентом наибольшим количеством разноплановых компетенций и умением их применять. Она выражается в принципе: «Чем больше знаешь, тем ты дороже, тем ты ценнее».

В какой бы сфере человек не работал ему постоянно необходимо получение новых знаний и повышение квалификации. Образование, экономика и финансы, здравоохранение, промышленность или искусство человек просто обязан постоянно совершенствоваться и улучшать свою производительность труда. В системе управления персоналом – повышение квалификации и усовершенствование кадров, является задачей первостепенной важности. Как известно, советские лидеры часто использовали лозунговое выражение: «Кадры решают всё». И по сей день эта фраза сохраняет свою актуальность.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Повышение квалификации и переподготовка кадров осуществляется с целью углубления полученных ранее или приобретения новых профессиональных знаний и навыков, профессий и специальностей в связи с требованиями научно-технического прогресса, экономического развития, структурными изменениями в производстве и социальной сфере, а также с целью удовлетворения индивидуальных потребностей граждан в повышении своей профессиональной подготовки [1].

Сейчас повышением квалификации кадров занимаются самые разные организации: институты повышения квалификаций, кадровые агентства, они же рекрутинг службы центры дополнительного образования, различные хабы, лаборатории и т.п.

Рекрутинг, в узком смысле, означает подбор персонала (англ. recruiting). В более широком смысле, рекрутинг – это бизнес-процесс, являющийся одной из основных функций HR-менеджеров или рекрутеров. Также подбор персонала – основная услуга, предлагаемая кадровыми агентствами и специализированными интернет-сайтами по поиску работы соискателям [2].

Зачастую эксперты в области управления персоналом, кадрового планирования, и менеджмента относят усовершенствование кадров к системе дополнительного профессионального образования. С учетом вышеизложенного стоит отметить что предпринимательская деятельность в сфере дополнительного профессионального образования достаточно рентабельное и выгодное занятие. Учитывая все вышеуказанные факторы и то что профилирующей специальностью является история Казахстана, а диссертационная работа относится к сфере идеологии (Ассамблея народа Казахстана, межэтническое и общественное согласие) выбор в создании стартапа упал на сферу дополнительного образования и создания и усовершенствования кадров. Стартап проект – учебно-методический центр «Мәңгілік ел».

Ассамблея народа Казахстана – конституционный орган, созданный по инициативе и возглавляемый Первым Президентом Республики Казахстан, является общественно-политическим институтом гармонизации

межэтнических отношений и общественного согласия, ключевым инструментом реализации государственной этнополитики [3]. Ассамблея народа Казахстана обладает непоколебимым авторитетом внутри страны, а также имеет признание всего мирового сообщества. В 2002 году генеральный секретарь ООН Кофи Аннан прокомментировал межэтническую ситуацию в Казахстане следующим образом: «Казахстан может служить примером мирного сосуществования различных наций. Можно рассматривать многообразие как благословение, а никак бич. ...различные этнические, культурные, религиозные профессиональной группы, которые составляют эту Великую нацию, участвуют в принятии тех вещей, которые влияют на их жизнь» [4]. Сейчас Ассамблея народа Казахстана является популярным, престижным органом, но в 1995 году, когда она была провозглашена, перед Первым Президентом страны Нурсултаном Абишевичем Назарбаевым стояла сложная, и по словам скептиков невыполнимая задача – сплотить в единый народ полиэтничное, поликонфессиональное казахстанское общество. Историческая практика показывает, что Президент РК Н. А Назарбаев достиг своей цели, за что он постоянно благодарит команду верных единомышленников, которые также как и он, сталкивались с целой чередой сложностей и непонимания, но несмотря ни на что, шли уверенно, последовательно поставленным целям: укреплению национального единства и общественного согласия.

В реализации идей и принципов Ассамблеи народа Казахстана действуют государственные специализированные учреждения (КГУ «Қоғамдік келісім», Дома дружбы, Школы национального возрождения, воскресные школы, исследовательские центры, институты и т.п.) общественные организации (этнокультурные объединения, советы) внутренние структуры АНК и т.п все это показывает, что можно выделить целую профессиональную сферу Ассамблеи народа Казахстана. Так же обладание идеологическими знаниями и навыками важно для представителей сферы образования, государственной службы, средств массовой информации и коммуникации.

Цель проекта «Учебно-методический центр «Мәңгілік ел» – использование новых образовательных методик, разработанных по теме магистерской диссертации для получения прибыли. Задачи проекта: проведение маркетинговых исследований; разработка технологии оказания услуг; обоснование и подбор необходимого основного капитала; обоснование оборотных средств; выполнение технико-экономического обоснования; поиск и заключение договоров с потенциальными партнерами (государственными органами, научно-исследовательскими институтами, HR-агентствами); обоснование бизнес-модели; разработка фирменного бренда; регистрация предпринимательской деятельности. формирование целевой аудитории проведение опытно-экспериментальных исследований.

Проект будет содействовать реализации следующих Государственных программ: Программа модернизации общественного сознания «Рухани жаңғыру»; Концепция развития Ассамблеи народа Казахстана; Патриотический акт «Мәңгілік ел»; Государственная программа по противодействию религиозному экстремизму и терроризму; Государственная программа развития образования и науки Республики Казахстан на 2016–2019 годы; Государственная программа развития и функционирования языков в Республике Казахстан. На региональном уровне поддержка может быть оказана следующими государственными органами: Аппараты акимов городов и районов, Управление внутренней политики, Управление молодежной политики, Управление образования, Управление культуры, архивов и документации, Управление развития языков.

Характеристика услуг. Продукция представляет собой услугу из серии занятий по государственной идеологии и межкультурным коммуникациям. Курс состоит от пяти до десяти занятий. Существует три траектории: для государственных служащих, для учителей школ, колледжей и ВУЗов, а также для журналистов и представителей НПО. Прохождение курсов расширит компетенции в области государственной идеологии, даст базис по проведению и аналитики, связанных с государственной политикой, мероприятий, позволит грамотно анонсировать и освещать идеологические мероприятия в средствах массовой информации и социальных сетях.



Рисунок 1 – Виды предлагаемых услуг

Технология производства продукции (оказания услуг) представлена на рисунке 2



Рисунок 2

Социальная значимость проекта будет обуславливаться следующими аспектами: вклад в укрепление мира и общественного согласия на территории Республики Казахстан; популяризации идей Ассамблеи народа Казахстана; подготовку высококвалифицированных кадров, работающих в политической, образовательной и общественной сфере; создание новых рабочих мест; перечисление налогов в государственный бюджет; содействие в совершенствовании функционирования государственного аппарата.

В ходе реализации проекта были опытным путем обнаружены следующие, несмотря на большой потенциальный рынок клиентов, и высокий спрос, было сложно предлагать свои услуги, как коммерческий проект.

Среди государственных служащих интерес к тематике предлагаемых услуг был среди представителей государственных органов социально-культурного блока, но период реализации проекта совпал на реорганизацию системы государственного аппарата региона. В рамках сессии Павлодарского областного маслихата депутаты единогласно проголосовали за слияние таких управлений как: внутренней политики; по делам молодежной политики; по делам религий; культуры, архивов и документации, развития языков. Так же прошел ряд оптимизаций в структуре аппарата акима Павлодарской области, подобные действия ожидаются во всех городах и районах области. Ориентировочно, в сфере государственной службы, спрос на услуги учебно-методического центра упал на 60 %. Такая же картина обстоит в сфере образования, где внедрение новой обновленной программы образования, заставляет преподавателей задуматься о необходимости прохождения курсов учебно-методического центра «Мәңгілік ел» на коммерческой основе. Неизменно осталась потребность в сфере средств массовой информации и коммуникации (сфер ограниченная в связи с региональными особенностями, а также представителей НПО. Стоит отметить что основным контингентом на который были ориентированы услуги – государственная служба и

образования, исходя из выше указано, по объективным причинам не зависящих от реализаторов проекта, можно сказать что учебно-методический центр «Мәңгілік ел» стал нерентабельным видом бизнеса.

Важным является что спрос на тематику курсов на безвозмездной или символической основе вызывает огромный интерес не только у представителей вышеуказанных сфер, но и культуры, здравоохранения и т.д. Так же их тематика и содержание получило высокую оценку научно-экспертной группы Ассамблеи народа Казахстана Павлодарской области. С целью реализации проделанной работы во благо общества, проект будет направлен в сторону социального предпринимательства, и не будет приносить прибыли.

ВЫВОДЫ

В заключении можно сказать, что реализация данных курсов возможна и способна принести прибыль, в случаи их проведения на базе уже состоявшегося образовательного учреждения, который имеет широкопрофильный формат работы. Создание узконаправленного центра, в условиях нашего региона, в данной сфере нерентабельно. В связи с высокой значимостью самого содержания курсов и их целей учебно-методический центр «Мәңгілік ел» будет переквалифицирован из коммерческого проекта в социальный. Соответствующие предложения направлены в органы Ассамблеи народа Казахстана области. Учебно-методический центр войдет в состав Молодежного крыла АНК области, где при поддержке КГУ «Қоғамдық келісім» продолжит свою деятельность, как некоммерческий, социальный проект.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Положение «О повышении квалификации и переподготовке кадров в Республике Казахстан».
- 2 https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premier_ministr_rk/trud/id-V970000523_/ [Электронный ресурс].
- 3 Подбор персонала [Электронный ресурс]. – https://ru.wikipedia.org/wiki/Подбор_персонала
- 4 Тугжанов, Е. Л. Этнополитический словарь. – Астана, 2014. – С. 215.
- 5 Тугжанов, Е. Л. Ассамблея народа Казахстана в истории страны. – Астана, 2015. – С. 234.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

P. P. Smailov¹, A. A. Titkov², S. N. Mamytova³

Қосымша білім беру ұйымдарын дамыту және идеология саласындағы біліктілікті арттырудың кәсіпкерлігі (бизнес аспектісі)

^{1,2,3}С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,
Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал баспаға 15.04.19 түсті.

R. R. Smailov¹, A. A. Titkov², S. N. Mamytova³

Prospects for development of the organizations of additional education and skills improvement in the sphere of ideology (entrepreneurial aspect)

^{1,2,3}S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Осы мақалада «Мәңгілік Ел» оқу-әдістемелік орталығы жобасының мысалын қолдана отырып, кәсіпкерлік тұрғысынан идеология саласындағы қосымша білім беру және біліктілікті арттыру ұйымдарын дамыту қарастырылады.

Мақалада: біліктілікті арттырудың маңыздылығы; Қазақстан халқы Ассамблеясының қоғамдық келісімді нығайтудағы рөлі; жобаны іске асыру тәжірибесі мен нәтижелері қарастырылған.

The article considers the prospects for development of the organizations of additional education and skill improvement in the field of ideology within entrepreneurship, using as an example the project «Educational and Methodological Center «Mangilik Yel». The article reveals the importance of skills improvement; the role of the Assembly of the People of Kazakhstan in strengthening social harmony; the project implementation experience and results.

ГРНТИ 20.51.23

С. Н. Талипов¹, А. К. Мысак², С. К. Мысак³

¹м.т.н., Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²студент, Факультет физики, математики и информационных технологий, Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³студент, Факультет физики, математики и информационных технологий, Павлодарский государственный университет имени С. Торайғырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹talipovsn@hotmail.com; ²andreymysak@gmail.com;

³praepceptivus@gmail.com

**МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «VOT MARKET»
ДЛЯ ПОИСКА И ПРОДВИЖЕНИЯ ЧАТ-БОТОВ**

В данной статье рассматриваются основные тенденции развития чат-ботов в современном мире, почему необходимо повсеместно их внедрять в повседневную жизнь и в бизнес-процессы, как можно упростить процесс их поиска и продвижения.

Ключевые слова: чат-боты, развитие IT-индустрии, бизнес

ВВЕДЕНИЕ

Почему люди думают, что чат-боты могут иметь светлое будущее? Многочисленные прогнозы экспертов и маркетологов, не дают нам однозначной оценки, поэтому прояснить реальную ситуацию является довольно сложным делом. Но несмотря на все это, многие люди действительно верят в силу и неограниченные возможности чат-бот индустрии.

Впервые идеи про чат-ботов появились в 1960-х годах. Но только по прошествии более полувека, мир стал готов к их внедрению и использованию в повседневной жизни. За такой небольшой промежуток времени произошел быстрый прогресс в области обработки естественных языков, изучения и внедрения искусственного интеллекта, а также создания глобального присутствия различного рода приложений для обмена текстовыми сообщениями. По подсчетам компании eMarketer [1], которая занимается исследованием рынка, предоставляет информацию и тенденции, связанные с цифровым маркетингом, медиа и коммерцией, к концу 2019 года более четверти стран мира будут использовать приложения для обмена сообщениями.

Тенденции коммуникационных технологий указывают на то, что обмен текстовыми общениями приобретают социально приемлемую форму личного взаимодействия. Люди все чаще предпочитают общаться друг с другом путем отправления сообщений через различного рода мессенджеры.

Все мировые IT-гиганты (Google, Facebook, Microsoft, Slack, Kik, и др.) создают или уже создали открытые платформы, интерфейсы для более быстрого и безболезненного внедрения чат-ботов в общество и повседневную жизнь.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Исходя из статистики Google Trends, в наше время, разговоры по поводу чат-ботов не ослабевают, а только набирают обороты.



Рисунок 1 – Динамика популярности поискового термина «Chatbot» в трендах Google (по всему миру, 2004 год – 06.04.2019) [2]

Так что же такое чат-бот? Чат-бот (talkbot, chatterbot, бот, IM-бот, интерактивный агент или искусственный собеседник) – это компьютерная программа, которая воспроизводит разговор на естественном языке с помощью слуховых или текстовых методов, понимает намерения пользователя и отправляет ответ на основе бизнес-правил или данных организации.

Активный рост обмена сообщениями в реальном времени привел к радикальным изменениям коммуникационных предпочтений людей не только в личной жизни, но и в деловых отношениях.



Рисунок 2 – Статистика Facebook Messenger (Facebook IQ) [3]

По сообщениям Facebook IQ, через чаты Facebook Messenger было отправлено более 2 млрд сообщений. 67 % участников исследования выразили надежду на возможность продолжения связываться с продавцами и поставщиками услуг с помощью чатов.

На данный момент времени количество сообщений типа клиент-бизнес выросло в два раза по сравнению с 2016 годом. Причиной этому служит то, что Facebook обратил внимание на чат-ботов. Сейчас в FB Messenger работает более 100 000 чат-ботов.

Почему потребители выбирают онлайн-чаты? Ovum провела исследование в 2016 году среди потребителей США и Германии, где определила восемь основных причин:

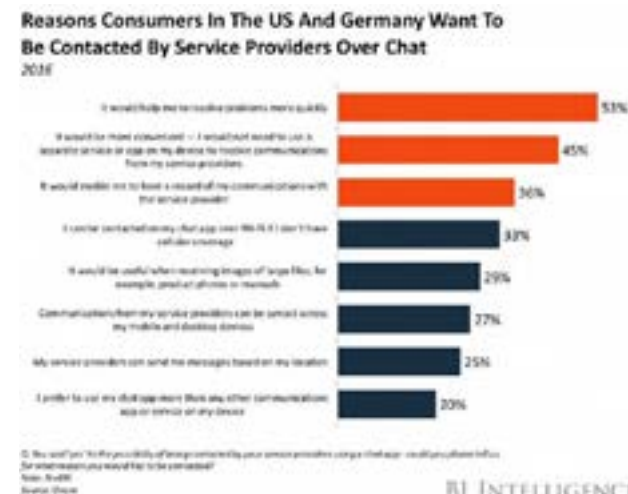


Рисунок 3 – Статистика Ovum «Почему потребители выбирают онлайн-чаты?» [4]

Чат-боты действительно самый простой способ решить проблему. Например, когда потребители ожидают немедленного ответа, чат-боты могут предложить его. Телефонные звонки, электронная почта и даже красивые веб-формы не смогут позволить себе мгновенную реакцию, которую дают большинство современных чат-ботов.

Было доказано, что любой бизнес, который использует чат-ботов решает свои проблемы быстрее, чем когда-либо.

По версии BI Intelligence, чат-боты – это новые приложения, которые часто используются, но, которые на данный момент времени не могут полностью заменить потребность в телефонном звонке или электронном письме.

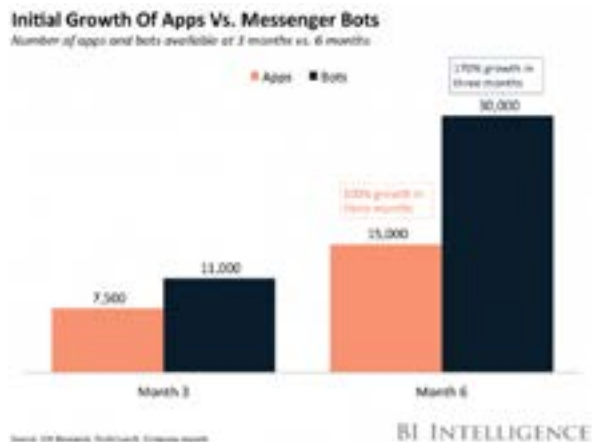


Рисунок 4 – Сравнение роста мобильных приложения и чат-ботов [5]

Одной из основных причин популярности чат-ботов является так называемая «усталость от приложений». Потребителей раздражает необходимость устанавливать новые специальные приложения на свои мобильные устройства.

Было подсчитано, что общее количество пользователей в различных мессенджерах составляет до 4,1 миллиарда человек.

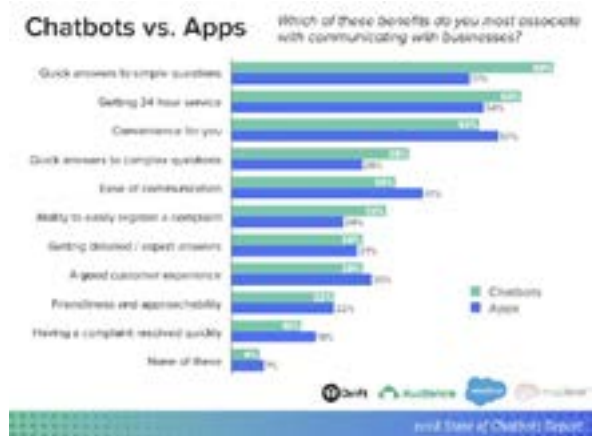


Рисунок 5 – Сравнение мобильных приложения и чат-ботов [6]

С каждым годом пользователи сети становятся все более и более критичными для мгновенных форм общения при использовании разных мессенджеров. Любой бизнес, который все еще управляется с помощью электронной почты или телефонных звонков, считается устаревшим, а те, которые используют чат-ботов значительно сокращают разрыв во времени при общении с потребителями.

Чат-боты могут предложить круглосуточное обслуживание клиентов. Надежность, точность и безотказная работа являются фундаментальными их преимуществами. Развитие эффективного чат-бота приведет к стабильному и постоянному решению задач.

В конечном итоге чат-боты дают бизнесу представление о том, как именно разговаривают их клиенты, что в последующем может способствовать улучшению требований и целей компании. Собирая уникальные ответы клиентов, можно построить надежную бизнес-модель, которая сможет эффективно конкурировать с моделью конкурентов.

Все преимущества, упомянутые аттестованы Drift, SurveyMonkey Audience, Salesforce, и myclever research [7]:

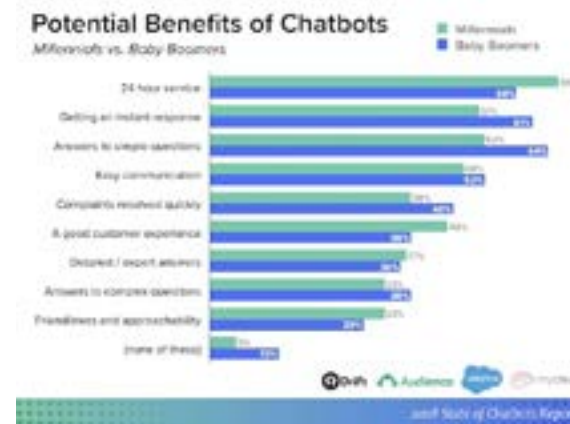


Рисунок 6 – Преимущества чат-ботов [7]

В диаграмме видно, что круглосуточный доступ предпочтительнее более чем для 64 % клиентов, более половины респондентов заботятся о скорости передачи ответов – 55 %, а 55 % клиентов нуждаются в ответах на простые актуальные вопросы.

По словам Gartner и Juniper [8], к 2020 году чат-боты будут участвовать в более чем 85 % всех сфер деятельности и бизнеса.

Из всего вышеописанного можно сказать, что на данный момент времени происходит бурное развитие и рост популярности чат-ботов, которая несет с собой большую проблему. Она заключается в их количестве, полезности и бесполезности. Существует довольно много конструкторов чат-ботов, которые позволяют создавать их не только программистам, но и людям не знакомых с IT-индустрией. Все это влечёт за собой их большое скопление в интернете. С каждым днём становится всё сложнее ориентироваться и искать нужных чат-ботов. Для решения всех этих проблем, мы решили разработать мобильное приложение.

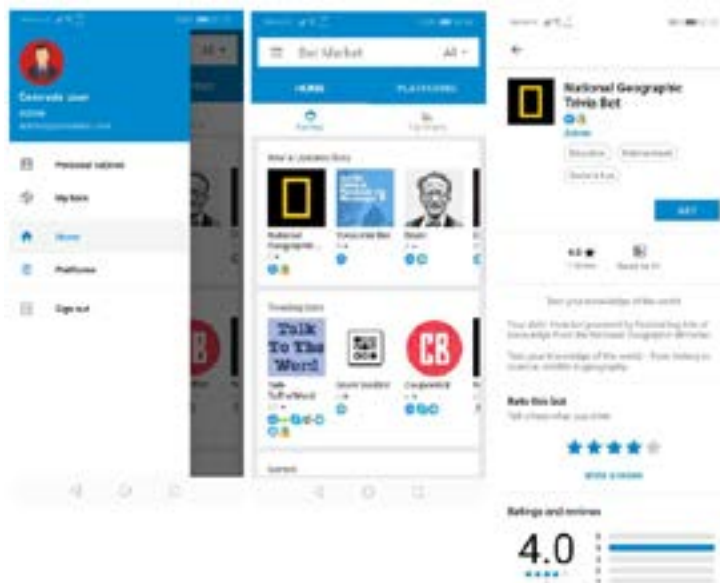


Рисунок 7 – «Bot Market»
главный экран и подробная информация о чат-боте

В приложении будут присутствовать различные системы рейтингов, номинаций, категорий, основанных на лайках/оценках, репостах и комментариях пользователей, которые в свою очередь упростят поиск чат-ботов. Помимо этого, будет системы поиска, работающие на машинном обучении для показа пользователю чат-ботов основываясь на его прошлых запросах.



Рисунок 8 – «Bot Market» поисковая система

Разработчики чат-ботов соответственно смогут получать обратную связь от пользователей и улучшать свои разработки, тем самым продвигая их в массы. В личном кабинете будет отображаться вся статистика, рейтинг, основанный на качестве оставленных отзывов, номинации, возможно награды за активную деятельность, помимо этого отслеживание статистики добавленных чат-ботов.



Рисунок 9 – «Bot Market» раздел «Top Charts» и «Platforms»

Поиск будет осуществляться по 13 платформам: Amazon, App Store, Discord, Facebook Messenger, Google Play, Kik, Skype, Slack, Telegram, Twitter, Viber, Vk, Web. Каждый бот будет иметь в минимальном порядке фотографию, название, подробное и короткое описание, категории, возрастное ограничение и ссылку для того, чтобы пользователь смог начать вести с ним диалог.

Наше мобильное приложение является уникальным и не имеет аналогов на мобильном рынке, но зато, имеет конкурентов в виде веб-сайтов, которые рекламируют и составляют топ-чарты чат-ботов.

Монетизация будет осуществляться с помощью системы продвижения и рекламы.

Технологии, которые использовались при разработке: React Native, Redux, Typescript, Figma, Fabric.io, Nodejs, Express, PostgreSQL, Amazon Web Services (EC2, S3, RDS), Git, GitHub.

ВЫВОДЫ

Каковы основные причины для потребителей доверять чат-ботам, отдавая им предпочтение среди других способов общения?

1 По сравнению с традиционными графическими интерфейсами чат-боты имеют ряд преимуществ. Чат-боты могут упростить приложения, предлагая им просто сказать или напечатать что-то, а не переключаться на другую страницу в браузере для поиска какой-либо важной информации.

2 Диалоговые интерфейсы чат-ботов постоянно обновляются – они интерпретируют естественный язык пользователя и могут немедленно реагировать.

3 Пользователи могут внедрить чат-бота для одновременного управления несколькими бизнес-процессами.

Все эти преимущества могут дать некомпетентному потребителю возможность интуитивно использовать сложные приложения в привычном интерфейсе. Возможности автоматизации чат-ботов огромны, так как они могут вести процессы посредством диалога на естественном языке.

В наше время количество чат-ботов растёт пропорционально запросам человека в сети, поэтому наше приложение имеет хорошую перспективу на дальнейшее развитие. На данный момент поддержку ботов постепенно добавляют различные современные мессенджеры и платформы: первым это сделал Telegram, затем платформу для виртуальных помощников анонсировал Facebook Messenger. Боты есть и в Slack – мессенджере для компаний, в котором преобладают боты для решения бизнес-задач. А также в ВКонтакте и во многих других.

Мы не сомневаемся, что наш «Bot Market» поможет найти вам своего чат-бота, который сможет сделать вашу жизнь проще, а если вы еще и являетесь талантливым разработчиком, то обрежь свое собственное творение на успех, сделав его популярным и узнаваемым.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Статистика по использованию мобильных приложения для обмена текстовыми сообщениями // [Электронный ресурс]. – <https://www.emarketer.com/Article/More-Than-Quarter-of-World-Will-Use-Mobile-Messaging-Apps-by-2019/1014773>.

2 Динамика популярности поискового термина «Chatbot» в трендах Google // [Электронный ресурс]. – <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=chatbot#TIMESERIES>.

3 Статистика Facebook Messenger // [Электронный ресурс]. – https://www.facebook.com/business/insights/series/messaging-moves-business?ref=ens_rdr

4 Статистика «Почему потребители выбирают онлайн-чаты?» // [Электронный ресурс]. – <https://ovum.informa.com/>

5 Сравнение роста мобильных приложения и чат-ботов // [Электронный ресурс]. – <https://www.businessinsider.com/research>.

6 Сравнение мобильных приложения и чат-ботов // [Электронный ресурс]. – <https://onlim.com/en/chatbot-statistics-2018/>

7 Преимущества чат-ботов // [Электронный ресурс]. – <https://www.drift.com/wp-content/uploads/2018/01/2018-state-of-chatbots-report.pdf>.

8 Статья Gartner и Juniper // [Электронный ресурс]. – <https://www.juniperresearch.com/researchstore/innovation-disruption/chatbots/subscription/banking-ecommerce-retail-healthcare>.

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

С. Н. Талипов¹, А. К. Мысак², С. К. Мысак³

Сұхбат іздеу және жылжыту үшін «Bot Market» мобилді қосымшасы

¹С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы;

^{2,3}Физика, математика және ақпараттық технологиялар факультеті, С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті,

Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал баспаға 15.04.19 түсті.

S. N. Talipov¹, A. K. Misak², S. K. Mysak³

Mobile app «Bot Market» for the search and promotion of chat-bots

¹S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan;

^{2,3}Faculty of Physics, Mathematics and Information Technologies,
S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Бұл мақалада қазіргі әлемдегі чат-боттардың дамуының негізгі тенденциялары қарастырылады, неге оларды күнделікті өмірге және бизнес-процестерге енгізу қажет, оларды іздеу және жылжыту процесін қалай сұрауға болады.

This article discusses the main trends in the development of chatbots in the modern world, why it is necessary to implement them everywhere in everyday life and in business processes, how to simplify the process of their search and promotion.

ГРНТИ 06.39.31

А. А. Титков¹, А. А. Нурғалиева², С. К. Кунязова³

¹Факультет государственного управления, бизнеса и права, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

³Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: ¹Alexey-pvl@mail.ru

РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ «СТАРТАП-ЦЕНТРОВ» ПО РАЗВИТИЮ МОЛОДЕЖНОГО БИЗНЕС-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье рассмотрены современные практические вопросы создания региональных «Стартап-центров» в разрезе организационных и экономических аспектов, их перспективной деятельности. Особое внимание акцентировано на организационно-правовую форму собственности «Стартап-центров», основные источники их финансирования и алгоритм построения процессной работы по выбору и реализации бизнес-идей молодых предпринимателей. Также в ходе научно-практических изысканий экспертным путем конкретизированы выборочные индикативные общие и частные параметры эффективности функционирования региональных «Стартап-центров».

Ключевые слова: стартап-центр, стартап-проект, молодежное бизнес-предпринимательство, фандрайзинг, консалтинг, регион.

ВВЕДЕНИЕ

Молодежное бизнес-предпринимательство играет главную роль в решении социально-экономических проблем и ориентировано на создание новых рабочих мест, сокращение уровня безработицы, подготовку квалифицированных кадров.

Как показывает международный опыт, правильно построенная целенаправленная поддержка молодежного предпринимательства

обеспечивает развитие регионального малого и среднего бизнеса в целом, что, в свою очередь, приводит к экономическому росту и повышению инвестиционной привлекательности всей страны.

Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе должно способствовать не только повышению трудоустройства среди населения и подготовку квалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационный путь развития.

Согласно Государственной программе Форсированного индустриально-инновационного развития и Программе «Дорожная карта бизнеса 2020» одним из основных приоритетов является развитие инновационного производственного сектора, что невозможно без формирования ее основы – сообщества молодых, инициативных, инновационно мыслящих предпринимателей [1].

По нашему мнению, можно обозначить следующие сильные стороны молодежного предпринимательства:

- высокая инновационная активность, инновационность мышления;
- высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции в освоении новых рынков;
- высокий уровень возможностей систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с меняющимися требованиями производства и рынка;
- потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на ее стартовом этапе;
- предрасположенность молодежи к риску.

Таким образом, на сегодняшний день молодежное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого и среднего бизнеса в Казахстане и требует разработки соответствующих механизмов активизации и развития. Одним из таких механизмов может послужить создание региональных «Стартап-центров».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

«Стартап-центр» – это организация, занимающаяся поддержкой «стартап-проектов» молодых бизнесменов, предпринимателей (студентов университета, магистрантов, докторантов) на всех этапах развития – от разработки идей до их коммерциализации.

Региональный «Стартап-центр» – организация, деятельность которой комплексно ориентирована на развитие молодежного бизнес-предпринимательства в регионе. Основные целевые ориентиры деятельности регионального стартап-центра представлены на рисунке 1.

Предметом деятельности «Стартап-центра» является разработка стартап-проектов.

«Стартап-проект» – инновационная бизнес-идея определенного отраслевого направления, имеющая статус рискованного (венчурного) инвестирования и вероятностного успеха на отечественных и зарубежных рынках [2, 3].

Функционирование регионального «Стартап-центра» непосредственно должно быть ориентировано на решение следующих задач:

- создание мультипликативных источников финансирования инфраструктурной поддержки молодежного бизнес-предпринимательства;



Рисунок 1 – Основные целевые ориентиры деятельности Регионального «Стартап-центра»

- создание мультипликативных источников финансирования молодежных стартап-проектов;
- внедрение в практику механизмов консалтинга и профессионального наставничества для молодежного предпринимательства;
- создание основ для формирования и развития «энаунт-фондов» региональных университетов;
- повышение конкурентоспособности молодежи на региональном рынке труда.

В системе своей деятельности «Стартап центр» имеет статус научно-практического, образовательного и исследовательского центра. «Стартап-

центр» должен функционировать на принципах хозяйственного расчета и комплексной самокупаемости. Деятельность «Стартап-центра» также должна основываться на фундаментальных знаниях, образовательных и научно-практических разработках профессорско-преподавательского состава региональных вузов, региональных бизнесменов-практиков.

С юридической точки зрения организация функционирования «Стартап-центра» может иметь общественно-свободный статус, который основывается на лидерских качествах ведущих ученых регионах, предпринимателей-бизнесменов практиков, в том числе состоявшихся из числа молодежи. В рамках организационно-правовой формы «Стартап-центр», по нашему мнению, может быть представлен в форме неправительственной общественной организации (НПО). Концепция юридических основ функционирования «Стартап-центра» представлена в соответствии с рисунком 2.



Рисунок 2 – Концепция юридических основ функционирования «Стартап-центра»

Финансовой платформой функционирования организационно-хозяйственной деятельности «Стартап-центра» является общественный негосударственный денежный фонд, который формируется за счет взносов заинтересованных организаций в развитии молодежного предпринимательства.

Основные услуги «Стартап-центра» будут предоставляться на бесплатной, безвозмездной основе, что в полном объеме соответствует статусу неправительственной общественной организации НПО [4].

Несмотря на вышеизложенное, для успешных «Стартап-проектов» может быть определен размер квот для создания эндаумент-фондов региональных вузов.

Основным источником инвестиций «Стартап-проектов» будут являться:

- кредиты банков второго уровня;
- фонд развития предпринимательства «Даму»;
- международные инвестиционные фонды;
- частные инвесторы;
- бизнес-ангелы.

Методология финансирования «Стартап-центра» и «стартап-проектов» представлена на рисунке 3.

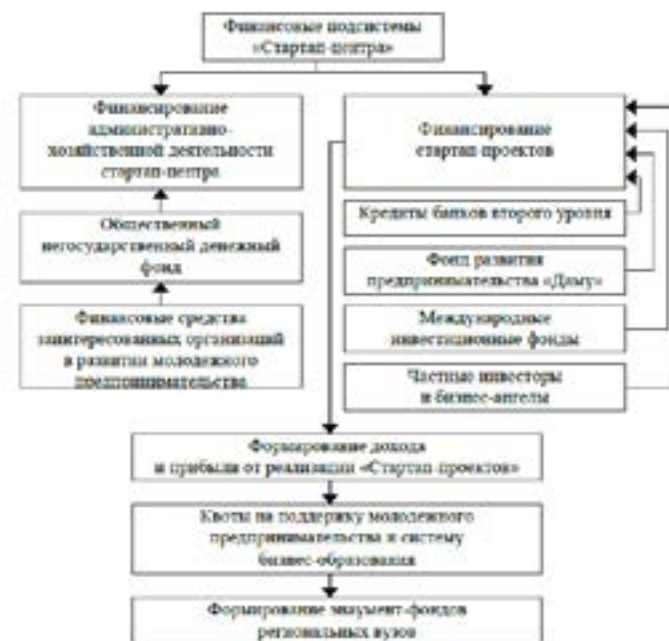


Рисунок 3 – Методология финансирования «Стартап-центра» и «стартап-проектов»

Процессная работа «Стартап-центра» будет реализовываться по следующим взаимосвязанным этапам:

- подготовительный этап;
- первичная акселерация стартап-проектов;
- фандрайзинг стартап-проектов;

- запуск стартап-проектов;
- автономия стартап-проектов.

Подготовительный этап процессной работы «Стартап-центра» непосредственно связан с системным поиском бизнес-идей, по приоритетным отраслям экономики с учетом сложившихся региональных рыночных конъюнктур.

Системный поиск идей может быть осуществлен в ходе таких организационных мероприятий, как:

- посещение будущими предпринимателями выставок по направлению «бизнес-партнерство»;
- посещение выставок «франшиз»;
- проведение курсов по предпринимательству и бизнес-тренингов;
- проведение консалтинга по перспективному «бизнес-моделированию».

На основании выбранной бизнес-идеи выстраивается второй процессный этап работы «Стартап-центра» – первичная акселерация. Суть данного процесса сосредоточена на научном обосновании жизнеспособности бизнес-идеи и оценке возможно-вероятностной степени ее реализации.

Первичная акселерация стартап-проектов будет охватывать следующие этапы:

- проведение маркетинговых исследований, включая прогнозируемые аспекты;
- обоснование производственной программы;
- оценка потребности стартап-проекта в инвестиционных ресурсах, включая финансовые;
- выработка организационно-управленческой системы будущего бизнес-процесса;
- проработка логистических и инжиниринговых аспектов организации производственно-хозяйственной деятельности;
- расчет экономических и технико-экономических показателей, финансового-плана;
- оформление бизнес-плана.

Акселерация стартап-проектов является одним из этапов, формирующих устойчивые гарантии успешности будущих бизнес-проектов в системе молодежного бизнес-предпринимательства.

Одним из результативных вариантов акселерации стартап-проектов может стать принятие окончательного решения о реализации какой-либо бизнес-идеи. Если такая идея имеет место, то работа «Стартап-центра» переходит на следующий процессный этап – фандрайзинг.

Фандрайзинг – процесс формирования, привлечения внешних ресурсов для реализации стартап-проекта.

Под ресурсами в фандрайзинге понимаются материальные и нематериальные ресурсы, такие, например, как человеческие ресурсы, информационные, финансовые, юридические, маркетинговые, прочие.

Оптимальным результирующим аспектом фандрайзинга (на примере Павлодарского региона) может стать динамика привлечения инвестиций, представленная на рисунке 4.

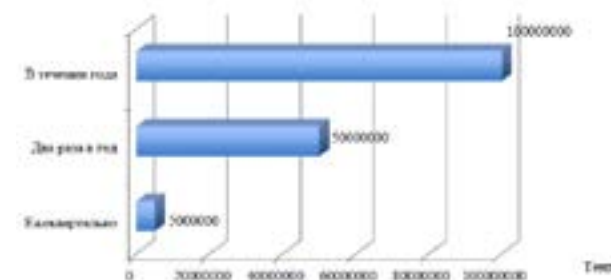


Рисунок 4 – Динамика привлечения инвестиций в рамках реализации фандрайзинга стартап-проектов (на примере Павлодарской области)

Конечный результат фандрайзинга – запуск стартап-проектов. Данный этап предполагает:

- формирование HR-ресурсов;
- формирование производственных мощностей;
- запуск производства;
- выход на рынок и продвижение бренда;
- освоение рынка;
- коммуникативная работа с потребителями.

Успешный запуск стартап-проектов и их выход на устойчивую рентабельность в перспективе создает основу для завершающего процессного этапа – автономия стартап-проектов.

Автономия стартап-проектов предполагает:

- финансовую устойчивость молодежного бизнес-предпринимательства;
- динамичное формирование фондов накопления начинающих предприятий (фонд расширенного воспроизводства, фонд дивидендов, фонд социального развития);
- совершенствование организационно-управленческих и производственных структур;
- внедрение современных систем менеджмента в соответствии с международными стандартами;
- реализация программ по развитию HR-ресурсов.

В обобщенном варианте, поэтапный процессный подход реализации стартап-проектов представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Поэтапный процессный подход реализации стартап-проектов

Наименование этапов	Содержание процессов
Подготовительный этап	Посещение будущими предпринимателями выставок по направлению «бизнес-партнерство»; посещение выставок «франшиз»; проведение курсов по предпринимательству и бизнес-тренингов; проведение консалтинга по перспективному «бизнес-моделированию»
Акселерация стартап-проектов	Проведение маркетинговых исследований, включая прогнозируемые аспекты; обоснование производственной программы; оценка потребности стартап-проекта в инвестиционных ресурсах, включая финансовые; выработка организационно-управленческой системы будущего бизнес-процесса; проработка логистических и инженеринговых аспектов организации производственно-хозяйственной деятельности; расчет экономических и технико-экономических показателей, финансового-плана; оформление бизнес-плана.
Фандрайзинг	Формирование и привлечение внешних ресурсов для реализации стартап-проектов; привлечение материальных и не материальных ресурсов (HR-ресурсы, информационные, финансовые, юридические, маркетинговые, прочие ресурсы).
Запуск стартап-проектов	Формирование HR-ресурсов; формирование производственных мощностей; запуск производства; выход на рынок и продвижение бренда; освоение рынка; коммуникативная работа с потребителями.
Автономия стартап-проектов	Финансовая устойчивость молодежного бизнес-предпринимательства; динамичное формирование фондов накопления начинающих предприятий (фонд расширенного воспроизводства, фонд дивидендов, фонд социального развития); совершенствование организационно-управленческих и производственных структур; внедрение современных систем менеджмента в соответствии с международными стандартами; реализация программ по развитию HR-ресурсов.

ВЫВОДЫ

Весь процессный подход функционирования «Стартап-центра» базируется на принципе оказания профессиональных консалтинговых услуг со стороны научных сотрудников молодым начинающим предпринимателям и бизнесменам, владельцам стартап-идей.

В системе деятельности «Стартап-центра» могут получать широкое применение следующие виды профессиональных консалтинговых услуг:

– консалтинг по общему управлению и организации предпринимательской деятельности;

- консалтинг по администрированию производственно-хозяйственных процессов;
- консалтинг по экономическо-финансовому управлению (научный и финансовый фандрайзинг);
- консалтинг по управлению HR-ресурсами;
- консалтинг по маркетингу;
- производственно-технический консалтинг.

Для организации консалтинговых услуг и сопровождения стартап-проектов «Стартап-центр» в организационно-управленческом аспекте может охватывать деятельности таких служб (отделов), как:

- дирекция (директор);
- научно-исследовательский отдел;
- служба акселерации стартап-проектов;
- отдел фандрайзинга;
- служба запуска стартап-проектов;
- отдел поддержки автономных стартап-проектов.

Частными результирующими аспектами функционирования региональных «Стартап-центров» с экспертной точки зрения могут стать:

- ежегодное обучение молодежи предпринимательству – от 250 до 300 человек;
- ежегодная акселерация от 25 до 50 проектов;
- ежегодное привлечение инвестиций на реализацию стартап-проектов – до 200 млн. тенге;
- создание новых рабочих мест для молодежи – от 400 до 500 новых рабочих мест;
- ежегодный выход на автономию стартап-проектов – 5–10 проектов;
- ежегодный инвестиционный доход по реализации стартап-проектов – 70–75 млн. тенге.

Общими результирующими аспектами функционирования региональных «Стартап-центров» будут являться:

- активизация инновационного креативного малого и среднего молодежного предпринимательства в регионах Республики Казахстан;
- повышение конкурентоспособности выпускников региональных вузов на отечественном и международных рынках труда;
- совершенствование системы занятости молодежи и создание новых конкурентоспособных мест на рынке труда;
- комплексная диверсификация источников финансирования системы региональных вузов;
- перспективное фундаментальное совершенствование материальной и научно-исследовательской базы региональных вузов;

– улучшение позиционирования региональных вузов в мировых академических рейтингах;

– интенсификация интеграции образования, науки и производства.

В комплексе прикладные исследования показывают, что на современном этапе создание региональных «Стартап-центров» может послужить эффективным инструментом интенсификации становления и развития молодежного бизнес-предпринимательства в стране. Молодежные стартап-проекты в перспективе на определенном этапе должны сформировать новый этап развития инновационного креативного предпринимательства в Республике Казахстан, что позволит стране занять достойные позиции в мировых рейтингах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Молодежное предпринимательство. Территория бизнеса для Вашего развития. [Электронный ресурс]. – <http://business.gov.kz/ru/youth-entrepreneurship/>

2 **Blank, S.** What's A Startup? First Principles. (25 January 2010). [Электронный ресурс]. – <http://www.thecrimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea/>

3 **Sun, K.** In and Around Language : What's Up with «Startup»? – 17 November 2011. [Электронный ресурс]. – <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

4 Неправительственная общественная организация. [Электронный ресурс]. – <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1059794/Неправительственная>.

5 **Тулчинская, Т.** Азбука фандрайзинга : как собрать средства на ваш проект. [Электронный ресурс]. – <https://www.miloserdie.ru/article/azbuka-fandrajzinga-kak-sobrat-sredstva-na-vash-proekt/>

Материал поступил в редакцию 15.04.19.

А. А. Титков¹, А. А. Нурғалиева², С. К. Құнязова³

Жас бизнес-кәсіпкерлікті дамыту бойынша «Стартап-орталығы» аймақтық функциялаудың ұйымдастырушылық-экономикалық механизмін әзірлеу

^{1,2,3}С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.
Материал баспаға 15.04.19.

А. А. Titkov¹, А. А. Nurgalieva², S. K. Kunyazova³

Development of the organizational-economic mechanism operation of the regional «Startup centers» for the development of youth business enterprise

^{1,2,3}S. Toraihyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.
Material received on 15.04.19.

Мақалада аймақтық «Стартап-орталығы» перспективті қызметінің ұйымдастырушылық және экономикалық аспектілері бөлігіндегі олардың заманауи тәжірибелік сұрақтары қарастырылған. «Стартап-орталығы» меншігінің ұйымдастырушылық-құқықтық нысанын акценттеуге, жас кәсіпкерлердің бизнес-идеяларын таңдау және әзірлеу бойынша үрдіс жұмыстарының алгоритмін құруына және оларды қаржыландырудың негізгі қайнар көздеріне ерекше назар аударылған. Сонымен қатар ғылыми-тәжірибелік іздену кезіндегі сараптау жолдарымен аймақтық «Стартап-орталықтарын» қызмет етуінің таңдаулы индикативті жалпы және жеке меншік параметрлері айқындалған.

In the article the modern practical questions of creation of regional «Startup-center» are considered in the cut of organizational and economic aspects of their perspective activity. The special attention is accented on the legal form of property of «Startup-center», basic sources of their financing and algorithm of construction of work process on a choice and realization of business-ideas of young businessmen. Also, during research and practice researches, by expert way the selective indicative general and private parameters of efficiency of functioning of regional «Startup-center» specified.

ГРНТИ 14.27.09

А. А. Уызбаева¹, К. С. Селезнева²

¹phD, асоц. профессор, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан;

²магистрант, Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар, 140008, Республика Казахстан

e-mail: yizbaeva@mail.ru, happy_me@bk.ru

СОЦИАЛИЗАЦИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ДЕТСКОЙ ШКОЛЕ ЯЗЫКОВ И ТВОРЧЕСТВА «SMART» (НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ START-UP ПРОЕКТА)

В данной статье раскрывается значение использования элементов творчества при обучении детей иностранному языку. Анализируется влияние творчества не только на усвоение и закрепление ребенком социального опыта, норм, правил и нравственных ценностей, приемлемых в обществе, в котором он проживает, но и на восприятие и знакомство с культурой, нормами и правилами страны изучаемого им иностранного языка. Раскрывается опыт работы детской школы языков и творчества по программе магистратуры start-up направление.

Ключевые слова: Казахстан, политика трехязычия, социализация, дети, иностранный язык, методы обучения, творческий подход.

ВВЕДЕНИЕ

Казахстан – многонациональное, динамично развивающееся светское государство со своей особой историей и культурой. Одной из главных составляющих развитого конкурентоспособного государства является высокообразованное общество. Идея устойчивого развития общества на современном этапе связывается с понятием непрерывного образования, отражая новые потребности общества, возникшие в силу социальных изменений, а также новых экономических тенденций. При этом «связующим звеном в модели устойчивого развития являются языки, коррелирующие с развитием всего общества» [1, С. 11].

Современный человек сегодня характеризуется как личность, свободно владеющая двумя и более языками, осознающая принадлежность

к собственной национальной культуре, понимающая и уважающая самобытность культуры собеседника, умеющая участвовать в межкультурном диалоге. Сознание человека и его отдельные образы обуславливаются внешним и внутренним миром человека, его культурой и языком, на котором он разговаривает. Человек осваивает язык также, как и окружающую действительность; при этом наряду с логической (понятийной) картиной мира возникает и языковая. Картина мира существует как модель, отражающая совокупность знаний и механизмы их получения и интерпретации [2, С. 49]. Таким образом, владея другим языком, человек тем самым овладевает и другой картиной мира, отраженной в этом, языке, следовательно – глубже и полнее познает мир. Ведь любой язык – это культурный код, который формирует философию жизни человека, его систему ценностей, стиль поведения, образ мышления и образ жизни.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Обучение иностранному языку формирует коммуникативное умение, столь необходимое для человека как члена общества. Оно предполагает умение слушать собеседника, вступать в общение и поддерживать его. Английский язык как средство международного общения занимает в мире лидирующую позицию. Это связано, прежде всего, со стремительным развитием высоких технологий (космических, информационных, лазерной техники, био и нано технологий), экономики [2, С. 49]. Поэтому одной из приоритетных задач в Республике Казахстан на сегодняшний день является развитие языковой политики. С момента принятия новой стратегии «Казахстан-2050» политика трехязычия, главный ориентир которой – развитие казахского языка, поддержка русского и внедрение английского, активно реализуется. Так, в старшем звене средне общеобразовательных школ предметы естественно-математического цикла преподаются на английском языке; дети начинают изучать английский язык с первого класса, а не с пятого как практиковалось ранее; организуются спецкурсы английского языка для учителей предметников по Кембриджской системе; проводятся полиязычные олимпиады для школьников и студентов; в университетах в каждом семестре преподаются от одной и более дисциплин на английском языке, как выборного, так и обязательного компонента; в дошкольных учреждениях, образовательных центрах английский язык стал обязательной составляющей программы обучения.

Новая языковая политика «Триединство языков» [3], отличающаяся своей уникальностью и эффективностью безусловно окажет положительное влияние на проведение социальной модернизации страны. Данная языковая политика повысит конкурентоспособность страны, укрепит

общественное согласие и будет способствовать интегрированию Казахстана в международное мировое сообщество.

Расставляя приоритеты работы в сфере образования, Глава государства в своем Послании народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» отметил, что, как и во всем мире, Казахстану необходимо переходить на новые методы образования. Использование преподавателями инновационных методов, методов формирования интереса к обучению, методов формирования долга и ответственности в обучении, активизируют процесс обучения и способствуют эффективности усвоения казахского, русского и иностранных языков [4].

Наиболее часто практикуемые в обучении иностранных языков активные и интерактивные методы, которые включают в себя: метод проблемного изложения учебного материала, презентации, дискуссии, «круглые столы», кейс-стади, групповую (в больших и малых группах) и индивидуальную работу, метод «мозгового штурма» или «мозговой атаки», проектный метод, ролевые игры и деловые игры и т.д.

Не секрет, что основная масса, изучающая английский язык – это дети. И чем раньше дети начнут изучать иностранный язык, тем лучше это скажется на их развитии «Сегодня уже доказано, что раннее языковое образование положительно влияет на целостное развитие ребенка, развивает воображение, мышление, наблюдательность и др. Основным аргументом в пользу раннего обучения иностранному языку выдвигается положение, что такое обучение дает более высокие результаты, ибо осуществляется в сензитивный период развития ребенка: то, что запомнено в этом возрасте, уже не забудется никогда или при необходимости легко восстанавливается. В качестве убедительного доказательства преимущества раннего начала в обучении иностранным языкам приводится практика воспитания в дворянских семьях прошлого века, где детей учили иностранным языкам с раннего детства гувернеры» [5, С. 14].

Цель обучения иностранному языку – развитие способностей детей, использование иностранного языка как инструмента познания, приобщения и адаптации к социальному опыту, как средство эффективного решения коммуникативных задач в сфере личных и социальных интересов. В контексте глобализирующегося мира проблема коммуникации и социализации детей встает довольно остро, так как с открытым и свободным доступом к интернету, социальным сетям, гаджетам, компьютерным играм и различным игровым устройствам, дети все больше стали погружаться в виртуальную реальность, теряя связь с реальным миром, утрачивая элементарные навыки коммуникации и не осваивая нормы, правила социальной жизни. Сегодня все

чаще социологи и педагоги задаются вопросом, как сделать социализацию детей успешней и эффективней? Как воспитать в учащемся человека, гражданина и патриота? Как вовлечь детей в реальную, общественную и социальную жизнь?

Внедрение системы трехязычного образования в Казахстане – это комплексный процесс и важными являются не только обучающие программы, но и процесс социализации и воспитания. Потому как изучение иностранных языков, как правило, происходит в группах. Дети, находясь в коллективе, функционируют и социализируются как члены общества. Социализация тем успешнее, чем активнее участие индивида в творческо-преобразовательской общественной деятельности, в ходе которой преодолеваются устаревшие нормы, нравы и привычки. Творчество в процессе изучения иностранных языков можно рассматривать как один из способов социализации ребенка. Репродуктивные методы обучения, доминирующие в традиционной практике, должны быть заменены на творческие, поисковые. Творческое обучение, т.е. обучение, ориентированное на поддержание и развитие творческого потенциала ребенка и предполагающее собственную активность ребенка по порождению и постановке проблемы, поиску и осуществлению ее решения, является наиболее подходящим стратегическим направлением обучения детей.

Поэтому с учетом социальных изменений и психолого-физиологических особенностей детей в процессе обучения иностранных языков, на наш взгляд, целесообразно и эффективно использовать творческий подход. Так, различают следующие типы и виды творческих заданий: задания с элементами творчества (задания на познание и освоение ситуаций, объектов, явлений), продуктивные задания (задания на преобразование, исследование, разработку объектов, ситуаций, явлений), истинно творческие задания (задания на создание и проектирование объектов, ситуаций, явлений) метод творческого конструирования, проблемного обучения [6, С. 52].

В целях эффективной реализации политики трехязычия, решения проблем социализации и коммуникации детей создана «Детская школа языков и творчества «ChArt» (аббревиатура от Children Art) в рамках траектории обучения start-up магистратура Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова. Целевая аудитория – дети от 5 до 15 лет. Потому как целесообразность изучения иностранного языка детьми подтверждена исследованиями психологов, психолингвистов, физиологов, педагогов. Так «раннее языковое образование положительно влияет на целостное развитие ребенка: эти дети раскованнее, больше знают, умеют, разносторонне развиты в части готовности к учебе, легче управляемы и пластичнее в отношении протекания нервных процессов» [5, С. 13]. Чем раньше ребенок приобщается ко второму языку, тем больше у него

шансов на эффективное овладение иностранными языками в дальнейшем. Подтверждением этому являются билингвы – дети, говорящие в раннем возрасте на двух языках как на родных. Они практически подготовлены к восприятию любого иностранного языка и являются потенциальными полиглотами [5, с. 13].

В течении первого года обучения проведены 6 мастер-классов и летний лагерь в 3 сезона по 5 дней. Приняли участие в данных мероприятиях – дети от 6–12 лет. Общее количество детей, принявших участие – более 40. В гендерном соотношении преобладали девочки, около 70 %. Программа обучения разработана с учетом возраста детей. Каждый урок представляет собой определенную тему и включает в себя грамматический (грамматика по указанной теме урока), лексический (новые слова по пройденной теме), творческий (какой-либо вид творческой деятельности (песни, рисование, аппликация, лепка и т.д.) и игровой блоки (как правило, на закрепление пройденного материала). Например, по теме «Моя семья» грамматическим блоком выступает вспомогательный глагол «have», по лексике наряду с основными словами «mother-father-sister-brother» такие как «siblings», «aunt», «uncle», «niece», «nephew», «cousin» и т.д.; в творческом блоке – это нарисовать рисунок или сделать аппликацию семейного дерева; в завершении урока закрепление новой темы в игровой форме «Репортер» где каждый ученик узнает о семье другого ученика и, собрав как можно быстрее информацию пересказать остальным ученикам.

В зависимости от уровня владения иностранным языком происходит градация заданий. В начинающей группе по теме «Моя семья» дается задание составления «Семейного дерева» нуклеарной семьи. В продолжающей – описание и представление расширенной семьи ребенка с именами каждого члена семьи. Рисунок или аппликация составляется по аналогии с деревом, где в корнях дерева располагаются предки (прабабушки/прадедушки, бабушки/бабушки); ветки – это родители, сестра и братья; листья – тети, дяди, племянники, племянницы, двоюродные братья и сестры и макушка – это сам ребенок. в начинающее перечисление начиная с корней. В продвинутой группе можно предложить ученику описать свои чувства к тому или иному члену семьи или внешность членов семьи. В теме «Еда» начинающая группа, посредством рисунков изучают структуру «like-don't/doesn't like» и новые слова по теме, дается задание составить диалог о еде и напитках; в продолжающей группе предлагается проиграть сценку в ресторане/кафе по заказу блюд или разделив на маленькие группы написать пошаговый рецепт приготовления того или иного блюда или сочинить слоган к популярному напитку или блюду; продвинутой группе предлагается показать различия в культуре еды других стран посредством презентации или плаката «Интересные факты». Таким образом, ребенок не только учит новые слова и грамматику,

но и проигрывает реальные жизненные ситуации, учится донести свои мысли, желания, требования, учится общаться и взаимодействовать с коллективом и так усваивает общепринятые нормы и правила поведения в обществе.

Цель каждого урока на много шире чем просто обучающая. Это и воспитательная, мировоззренческая, культурная. Безусловно, что основы социализации закладываются в семье и в зависимости от возраста досуговые организации и организации дополнительного образования играют различную роль, но стоит отметить немаловажную роль, как и семья. Стоит отметить, что в процессе обучения иностранному языку происходит не только закрепление освоенных этических норм и правил, таких как приветствие и прощание, посадка за партой, выполнение заданий и т.д., но это и процесс приобретения опыта социальных отношений и освоение новых социальных ролей, происходящий в сферах деятельности, общения и самопознания путём узнавания, освоения, присвоения, обогащения и передачи ребёнком опыта социального взаимодействия детей и взрослых, таких как групповая работа, чувство единого духа, единение общими интересами и целями и т.д.

Занятия разовые и пятидневные вызвали огромный интерес, и нашли отклики, как стороны родителей, так и со стороны детей. Родителей привлекло режим и форма проведения: мастер-классы проходили в выходные дни, летняя школа – в каникулярное время. Детям понравилось легкость и доступность донесения материала, интерактивность и игровая форма занятий. Особую радость детям доставляли поделки, которые они забирали с собой и таким образом они могли не только наглядно поделиться своими достижениями с родными и близкими, но показать и рассказать о занятии, и тем самым закрепить новый материал.

Во время проведения всех типов занятий можно отметить одну общую тенденцию: на начало и на окончание урока у детей наблюдались значительные изменения в поведении, отношении к учителю и другим детям, повышение активности и вовлеченности в учебный процесс. Критериями определения изменений выступали: изменения в речи, тоне и тональности, мимике, взглядах; общение с другими детьми; построение отношений с группой; полная или частичная вовлеченность на уроке, проявлений эмоций. Так, на начало занятий все дети вели себя скованно, настороженно, преобладал тихий тембр голоса и невнятность речи. После выполненной совместной творческой работы 95 % детей стали вести себя уверенней, активнее участвовать в процессе обучения, обсуждать общие идеи с другими детьми, повышение тембра голоса, выражение радости через улыбки, смех, открытые и теплые взгляды.

Однако нельзя однозначно утверждать, что только обучение иностранному языку с использованием творческой деятельности обуславливает весь процесс социализации ребенка. В нашем случае

он является вспомогательным фактором, одним из эффективных и привлекательных, но в то же самое время и трудоемким (в плане физической энергии и материальных затрат) способом, делающий процесс социализации ребенка в детском коллективе интересней и проще. Современное общество должно направить усилия на создание условий подготовки образовательного пространства для развития способностей ребенка и его успешной социализации.

ВЫВОДЫ

Изучение иностранного языка процесс, который развивает кругозор и мировоззрение ребенка, приобщает его к культуре другого народа, так как изучая иностранный язык – мы изучаем и культуру той страны. Изучение иностранного языка в современном мире – это требование времени. Знание иностранного языка – это наличие больших возможностей для дальнейшего развития, как личностного, так и учебно-профессиональной деятельности. Поэтому важно подобрать такой способ обучения, который ребенок будет воспринимать легко и интересно. И важно помнить, что процесс обучения ребенка – это одна из значимых составляющих процесса его социализации.

Дальнейшая реализация указанного start-up проекта позволит решить многие проблемы казахстанского общества: реализация полиязычной политики, проблемы подростков, связанных с личностным развитием, вопросы трудоустройства, занятость молодежи, развитие и раскрытие потенциальных возможностей молодежи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 **Халеева, И. И.** Семантика устойчивого развития как основа лингвистического образования в РФ и СНГ//Научно-методические основы формирования инновационной системы языковой подготовки в неязыковом вузе. – М. : ИПК МГЛУ «Рема», 2014. – С. 9–14.

2 **Канафина, Г. Е.** Триязычие в образовании: опыт и перспективы// Вестник КазНПУ им. Абая. – 2013. – № 2(33). – С. 48–52.

3 **Назарбаев, Н. А.** Новый Казахстан в новом мире // Казахстанская правда. – 2007. – № 33(25278). – 1 марта.

4 «Стратегия «Казахстан – 2050» Послание Президента РК. [Электронный ресурс]. – URL http://www.akorda.kz/ru/events/astana_kazakhstan/participation_in_events/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-lidera-nacii-nursultana-nazarbaeva-narodu-kazahstana-strategiya-kazahstan-2050-novy-politicheskii.

5 **Утехина, А. И.** Иностранный язык в дошкольном возрасте : Теория и практика. – М. : Флинта : Наука, 2013. – 186 с.

6 **Цыбенко, Э. О.** Нетрадиционные методы с элементами творческих заданий в обучении иностранному языку в вузе // Северо-кавказский психологический вестник. – 2013. – № 11/2. – С. 51–54.

Материал поступил в редакцию 15.05.19.

А. А. Уызбаева¹, К. С. Селезнева²

Шетел тілін оқыту үдерісінде элеуметтендіру Тіл және шығармашылық «ChArt» (start-up жобаны іске асыру мысалында)

^{1,2}С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Павлодар қ., 140008, Қазақстан Республикасы.

Материал баспаға 15.04.19.

А. А. Uyzbayeva¹, K. S. Selezneva²

Socialization in the process of learning foreign languages in children's school of languages and creativity «ChArt» (on the example of a start-up project)

^{1,2}S. Toraighyrov Pavlodar State University, Pavlodar, 140008, Republic of Kazakhstan.

Material received on 15.04.19.

Бұл мақалада балаларды шет тілін оқытуда шығармашылық элементтерді пайдаланудың маңызы ашылады. Шығармашылық баланың өзі тұратын қоғамда қолайлы элеуметтік тәжірибені, нормаларды, ережелерді және адамгершілік құндылықтарды меңгеруіне және бекітуіне ғана емес, сонымен қатар өзі оқитын шет тілі елінің мәдениетімен, нормалары мен ережелерімен танысу Мен қабылдауға әсер етуі талданады. Start-up магистратура бағдарламасы бойынша балалар тілдер және шығармашылық мектебінің жұмыс тәжірибесі ашылады.

This article reveals the importance of using elements of creativity in teaching children a foreign language. The article analyzes the influence of creativity not only on the acquisition and consolidation of the child's social experience, norms, rules and moral values, acceptable in the society in which child lives, but also on the perception and conversance with the culture, norms and rules of the target-language country.

МАЗМҰНЫ

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің ректоры, филос.ғ.к., Г. Ахметованың алғы сөзі	3
Ахметова Г. Ф.	
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің кәсіпкерлік эко-жүйесінде білім, ғылым, технология, бизнес салаларындағы ынтымақтастық	4
Өрсариев А. А.	
Стартап-жобаларды іске асыру және кәсіпкерлік типтегі университеттерді құру қағидаттарында Қазақстан Республикасында жаппай жастар кәсіпкерлігін дамытуды қарқындалту	10
Амерханова А. Х., Калиев И. А., Баяндина Г. Д.	
Қазіргі жағдайда жас кәсіпкерліктің дамуы: мәселелер мен перспективасы	23
Арынғазин Қ. Ш., Быков П. О., Алдунғарова А. Қ., Тлеулесов А. Қ., Богомоллов А. В.	
«ЭкостройНИИ-ПВ» ЖШС мысалында ғылыми зерттеулерді коммерцияландыру	31
Аубакирова С. С., Мұхаметжан С. Қ.	
Рухани жаңғыру бағдарламасы аясында аймақтың мәдени туризмін жаңдандыру (Kereku – Tour start-up жобасы негізінде)	44
Бурдина Е. И., Кудышева А. А.	
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің басымдылығы – білім алушыларды кәсіби-кәсіпкерлік әлеуметтендіру	53
Воронова Т. Э., Калимуллина К. Ж., Калимуллин Р. Г.	
Қазақстандағы шағын кәсіпкерліктің дамуы	62
Дубовицкая О. Б.	
Кәсіпкерлік университеттер: Қазақстандағы дамудың мәні мен болашағы	73
Есимова Д. Д., Ажаев Г. С., Сысоева Ю. О.	
Қазақстан Республикасының инновациялық дамуының негізі – ғылым мен білім беру және бизнестің ұштасуы	85
Жакупов К. К.	
Үй автоматтандыру мен ақылды үйлердің әлемдік нарығын зерттеу	97
Иманғалиева И. Т., Ахметова А. Ж., Куниязова А. Ж.	
Қытайдағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін салықтық ынталандыру	105
Исмагулова Н. М., Мадениева Н. Н.	
Экономикада Кобб-Дуглас функциясының қолданылуы туралы	116
Каримбергенова М. К., Ахметова Д. Д., Султанов А. Т.	
Аймақтың әлеуметтік саласын дамытуға шағын және орта бизнестің ықпалын бағалау	120

Кудышева А. А., Пшембаев М. А.	
Жоғары білім беру жүйесінде кәсіпкерлікті жүзеге асырудың тарихи алғышарттары	130
Мамонова И. В.	
Краунфандинг – студенттік стартап жобаларды қаржыландырудың тиімді түрі	135
Мамонова И. В.	
Студенттік бизнес инвестициялары	147
Мейрамғалиева А. Е.	
Қосымша білім берудегі кәсіпкерлік қызметтің ерекшеліктері	157
Мухамедова М. М., Ксембаева А. Н.	
ҚР шағын және орта бизнесті мемлекеттік қаржылық қолдау	163
Нұрғожина Б. В.	
Тұлғаның кәсіби дайындық процесінде кәсіпкерліктің құзыреттіліктің қалыптасу деңгейінің динамикасы	174
Нурумжанова К. А., Досумбеков К. Р.	
Жоғары кәсіпкерлік білім беру саласындағы парадигма жағдайында кафедралардың тәрбие жұмысының концепциясын әзірлеу	187
Омарова Г. Т.	
Қазіргі жағдайда университеттердің дамуының теориялық аспектілері ...	196
Сағинова Г. С., Ахметов К. К., Мапитов Н. Б., Сергазинова З. М., Абылхасанов Т. Ж., Абдулина А. Т.	
Start-up жобасын құру кезінде экологиялық менеджмент жүйесін қолдануы	200
Садуова Ш. Г., Станевич В. Т., Корниенко П. В., Кудерин М. К.	
Шыны қалдықтарының өнімдері өндірісінің технологиясы мен болашағы	214
Сакенов А. С., Убаськин А. В., Ержанов Н. Т.	
Павлодар облысындағы Жарлықөл көлі негізінде алынған төмен тұзды су қоймасын табиғи-ресурстық әлеуетін пайдалану	222
Сарсенов Т. М., Рахимов Е. К.	
Фото және видео бағытындағы Start up жобасын іске асыру жолдары	227
Саттарова З. Р., Ушакова Н. М.	
Педагогтар мен студенттерге арналған медиа білім беру орталығын құрудың кәсіпкерлік негіздері	235
Смашлов Р. Р., Титков А. А., Мамытова С. Н.	
Қосымша білім беру ұйымдарын дамыту және идеология саласындағы біліктілікті арттырудың кәсіпкерлігі (Бизнес аспектісі)	244
Талипов С. Н., Мысак А. К., Мысак С. К.	
Сұхбат іздеу және жылжыту үшін «BOT MARKET» мобильді қосымшасы	251

Титков А. А., Нурғалиева А. А., Кунязова С. К. Жас бизнес-кәсіпкерлікті дамыту бойынша «Стартап-орталығы» аймақтық функциялаудың ұйымдастырушылық-экономикалық механизмін өзірлеу261
Уызбаева А. А., Селезнева К. С. Шетел тілін оқыту үдерісінде әлеуметтендіру Тіл және шығармашылық «ChArt» (start-up жобаны іске асыру мысалында)272

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово ректора Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова, к.филос.н., Г. Ахметовой3
Ахметова Г. Г. Коллаборация образования, науки, технологий, бизнеса в предпринимательской эко-системе Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова4
Орсариев А. А. Интенсификация развития массового молодежного предпринимательства в Республике Казахстан на принципах реализации стартап-проектов и создания университетов предпринимательского типа10
Амерханова А. Х., Калиев И. А., Баяндина Г. Д. Развитие молодежного предпринимательства в современных условиях: проблемы и перспективы23
Арынгазин К. Ш., Быков П. О., Алдунгарова А. К., Тлеулесов А. К., Богомолов А. В. Коммерциализация научных исследований на примере ТОО «ЭкостройНИИ-ПВ»31
Аубакирова С. С., Мухаметжан С. К. Модернизация культурного туризма региона в рамках программы Рухани Жаңғыру модернизации общественного сознания (На основе проекта Kereku – Tour Start-Up)44
Бурдина Е. И., Кудышева А. А. Приоритет ПГУ имени С. Торайгырова – профессионально- предпринимательская социализация обучающихся53
Воронова Т. Э., Калимуллина К. Ж., Калимуллин Р. Г. Развитие малого предпринимательства в Казахстане62
Дубовицкая О. Б. Предпринимательские университеты: сущность и перспективы развития в Казахстане73
Есимова Д. Д., Ажаев Г. С., Сысоева Ю. О. Интеграция науки, образования и бизнеса – как основа инновационного развития Республики Казахстан85
Жакупов К. К. Исследование мирового рынка домашней автоматизации и умных домов97
Имангалиева И. Т., Ахметова А. Ж., Кунязова А. Ж. Налоговое стимулирование инновационной активности предприятий в Китае105
Исмагулова Н. М., Мадениева Н. Н. О применении функции Кобба-Дугласа в экономике116

Каримбергенова М. К., Ахметова Д. Д., Султанов А. Т. Оценка влияния малого и среднего бизнеса на развитие социальной сферы региона	120
Кудышева А. А., Пшембаев М. А. Исторические предпосылки реализации предпринимательства в системе высшего образования	130
Мамонова И. В. Краунфандинг – как альтернативная форма финансирования студенческих стартапов	135
Мамонова И. В. Студенческое бизнес инвестирование	147
Мейрамғалиева А. Е. Особенности предпринимательской деятельности в дополнительном образовании	157
Мухамедова М. М., Ксембаева А. Н. Государственная финансовая поддержка малого и среднего бизнеса в РК	163
Нургожина Б. В. Динамика уровня сформированности предпринимательских компетенций личности в процессе профессиональной подготовки	174
Нурумжанова К. А., Досумбеков К. Р., Искакова А. Б. Разработка концепции воспитательной работы кафедр в условиях парадигмы высшего профессионального предпринимательского образования	187
Омарова Г. Т. Теоретические аспекты развития в современных условиях	196
Сагинова Г. С., Ахметов К. К., Мапитов Н. Б., Сергазинова З. М., Абылхасанов Т. Ж., Абдулина А. Т. Применение систем экологического менеджмента при создании start-up проектов	200
Садуова Ш. Г., Станевич В. Т., Корниенко П. В., Кудерин М. К. Технология и перспективы производства продукции из стеклобоя	214
Сакенов А. С., Убаськин А. В., Ержанов Н. Т. Использование природно-ресурсного потенциала слабосолёных водоемов на примере озера Жарлыколь Павлодарской области	222
Сарсенов Т. М., Рахимов Е. К. Механизмы реализации стартап проекта по фото- и видео- направлению	229
Саттарова З. Р., Ушакова Н. М. Предпринимательские основы создания центра медиа образования для педагогов и студентов	235
Смаилов Р. Р., Титков А. А., Мамытова С. Н. Перспективы развития организаций дополнительного образования и повышения квалификации в сфере идеологии (предпринимательский аспект)	244

Талипов С. Н., Мысак А. К., Мысак С. К. Мобильное приложение «Bot Market» для поиска и продвижения чат-ботов	251
Титков А. А., Нургалиева А. А., Кунязова С. К. Разработка организационно-экономического механизма функционирования региональных «стартап-центров» по развитию молодежного бизнес-предпринимательства	261
Уызбаева А. А., Селезнева К. С. Социализация в процессе обучения иностранному языку в детской школе языков и творчества «ChArt» (на примере реализации start-up проекта)	272

CONTENT

Welcoming speech by the rector of S. Toraighyrov Pavlodar State University,
Candidate of Philosophical Sciences, G. Akhmetova3
Akhmetova G. G.
The collaboration of education, science, technology and business in the
entrepreneurial eco-system of S. Toraighyrov Pavlodar State University4
Orsariyev A. A.
Intensification of mass youth entrepreneurship development in the
Republic OF Kazakhstan on the principles of startup projects implementation
and establishment of entrepreneurial-type universities10
Amerkhanova A. H., Kaliev I. A., Bayandina G. D.
Development of youth entrepreneurship in modern conditions:
problems and prospects23
**Aryngazin K. Sh., Bykov P. O., Aldungarova A. K.,
Tleulessov A. K., Bogomolov A. V.**
Commercialization of scientific research, for example "EcostroyNII-pv» LLP ...31
Aubakirova S. S., Mukhametzhan S. K.
Modernization of cultural tourism in the region in the framework of the
program of modernization of public consciousness (Based on the
project Kereku – Tour Start-up)44
Burdina E. I., Kudysheva A. A.
Professional and entrepreneurial socialization of students is the
priority of PSU named after S. Toraighyrov53
Voronova T. E., Kalimullina K. Zh., Kalimullin R. G.
Small business development in Kazakhstan62
Dubovitskaya O. B.
Entrepreneurial universities: gist and development trends in Kazakhstan73
Yessimova D. D., Azhaev G. S., Syssoeva J. O.
Integration of science, education and business as a basis for innovative
development of the Republic of Kazakhstan85
Zhakupov K. K.
Research of the world market of home automation and clever houses97
Imangaliyeva I. T., Akhmetova A. Zh., Kuniyazova A. Zh.
Tax promotion of innovative activity of enterprises in China105
Ismagulova N. M., Madiyeva N. N.
Applying the Cobb-Douglas function in the economy116
Karimbergenova M. K., Akhmetova D. D., Sultanov A. T.
Assessment of the impact of small and medium-sized businesses on the
development of the social sphere of the region120
Kudysheva A. A., Pshembayev A. M.
The historical background of the implementation of entrepreneurship
in higher education130

Mamonova I. V.
Senior Lecturer of the Department «Finance and Accounting»135
Mamonova I. V.
Student business investment147
Meiramgalieva A. E.
Peculiarities of entrepreneurial activity in the additional education157
Mukhamedova M. M., Kusembaeva A. N.
State financial support of small and medium business of Kazakhstan163
Nurgozhina B. V.
Dynamics of the level of entrepreneurial competencies in the course of an
individual's professional training174
Nurumzhanova K. A., Dossumbekov K. R.
Development of the concept of educational work department in the
conditions of the paradigm of higher professional business education187
Omarova G.
Theoretical aspects of university development in modern conditions196
**Saginova G. S., Akhmetov K. K., Mapitov N. B., Sergazinova Z. M.,
Abylhasanov T. Z., Abdulina A. T.**
The use of environmental management systems when creating
start-up projects200
Saduova Sh. G., Stanevich V. T., Kornienko P. V., Кудерин М. К.
Technology and promise of manufacturing from glass scrap214
Sakenov A. S., Ubaskin A. V., Erzhanov N. T.
The use of natural resource potential of salted water reservoirs on the example
of lake Garlichol Pavlodar region222
Sarsenov T. M., Rakhimov E. K.
Mechanisms for implementing a startup project in the
field of photography and video229
Sattarova Z. R., Ushakova N. M.
The business basis for the creation of the center for media education for
teachers and students235
Smailov R. R., Titkov A. A., Mamytova S. N.
Prospects for development of the organizations of additional education
and skills improvement in the sphere of ideology (entrepreneurial aspect)244
Talipov S. N., Misak A. K., Mysak S. K.
Mobile app «Bot Market» for the search and promotion of chat-bots251
Titkov A. A., Nurgalieva A. A., Kunyazova S. K.
Development of the organizational-economic mechanism operation of the
regional «Startup centers» for the development of
youth business enterprise261
Uyzbayeva A. A., Selezneva K. S.
Socialization in the process of learning foreign languages in children's school
of languages and creativity «ChArt» (on the example of a start-up project) ...272

**КӘСІПКЕРЛІК ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРНЫ – ҒЫЛЫМ,
ИННОВАЦИЯ, БІЛІМ ЖӘНЕ БИЗНЕС**
Ғылыми еңбектер жинағы

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ВУЗ –
НАУКА, ИННОВАЦИИ, ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС**
Сборник научных трудов

Техникалық редактор З. Ж. Шокубаева
Корректор: А. Р. Омарова, Д. А. Жумабекова
Компьютерде беттеген: А. Елемесқызы
Басуға 18.04.2019 ж.
Әріп түрі Times.
Пішімі $29,7 \times 42 \frac{1}{4}$, Офсеттік қағаз.
Шартты баспа табағы 16,6. Таралымы 500 дана.
Тапсырыс № 3407

«Toraighyrov University» баспасы
С. Торайғыров атындағы
Павлодар мемлекеттік университеті
140008, Павлодар қ., Ломов к., 64.