

ретіндегі басты міндеті халыққа қажетті реформаларды жүзеге асыру, саяси жаңғыру болмаса, елімізді орнықты дамыту, ауқымды әлеуметтік-экономикалық өзгеріс жасау керек» делінген. Сондықтанда «Жаңа Қазақстанды» құру үшін ел алдымен мемлекеттің әлеуметтік саясатқа оңтайлы өзгерістерді енгізуіміз қажет. Осы мақсатты көздей отырып, әлеуметтік кодекс жобасы шеңберінде 1 қыркүйектен бастап Қазақстанда пилоттық режимде отбасының цифрлық картасы іске қосылады. Бұл ақпараттық жүйе азаматтарға проактивті форматта, яғни алушыдан өтініш күтпей көмек көрсетуді көздейді, бұл сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін азайта отырып, тиісті мемлекеттік қызметтердің жеделдігін арттыруға және сапасын жақсартуға мүмкіндік береді.

Отбасының цифрлық картасы-бұл әртүрлі мемлекеттік органдардың мәліметтерін жинақтайтын, азаматтардың әлеуметтік әл-ауқатының деңгейін анықтауға және оларға проактивті форматта кепілдендірілген мемлекеттік қолдау көрсетуге мүмкіндік беретін ақпараттық жүйе. Бұл үдеріс "Е-халық" ақпараттық жүйе арқылы қалыптастырылады. Оның негізгі мақсаты отбасының цифрлық картасы әр жанұяның әл-ауқат деңгейін экономикалық, әлеуметтік және тұрғын үй жағдайлары, денсаулығы, білімі бойынша бағалайтын және отбасыларды бес санат бойынша бөлетін болады. Осы санаттар негізінде мұқтаж отбасыларға қажетті мемлекеттік қолдау шаралары айқындалатын болады. Жалпы, цифрлық әлеуметтік карта республика халқын, яғни 19, 4 млн адам немесе 6,5 млн отбасы түгел қамтиды.

Отбасылардың әл-ауқатының деңгейі 5 критерий бойынша айқындалады:

- экономикалық өмір сүру жағдайлары;
- денсаулық сақтау қызметтерімен қамту және мүгедектігі бар адамдардың болуы;
- тұрғын үй жағдайлары, әлеуметтік жағдайлар, білім беру қызметтерімен қамту;
- отбасы мүшелерінің білім деңгейі.

Жобаны іске асыру кезеңдері:

- осы жылғы 1 қыркүйектен бастап жәрдемақылар мен әлеуметтік төлемдердің 9 түрі бойынша жаңа форматта қызметтер алу мүмкіндігі ұсынылды;
- 2023 жылғы 1 қаңтардан бастап тізбе әлеуметтік қорғау саласындағы қызметтермен кеңейтілетін болады;
- 2024 жылғы 1 қаңтардан бастап денсаулық сақтау және білім беру салаларындағы мемлекеттік кепілдіктер енгізіледі;
- 2025 жылдан бастап мемлекеттік кепілдіктердің барлық түрлері қамтылады [3].

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, Қазақстанда әлеуметтік мемлекет құру жағдайында біртіндеп әлеуметтік саясаттың өзіндік моделі қалыптасуда. Сондықтан біздің әлеуметтік саясат мықты және бәсекеге қабілетті жалпыға ортақ еңбек қоғамын құруға бағытталуы тиіс. Яғни, болашақта тек еңбек қана барлық қазақстандықтардың әл – ауқатқа және жаңа өмір сапасына қол жеткізуін қамтамасыз ете алады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Қасенов Қ.Р, Нурлихина Г.Б., Қайратұлы Ә. Әлеуметтік менеджмент. Оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2018 ж
- 2 <https://kk.warbletoncouncil.org>
- 3 Қазақстан Республикасы Еңбекті және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің ресми ақпараттық ресурсы <https://www.gov.kz/memleket/entities/enbek?lang=kk>

Ұйымдардың сыртқы экономикалық қызметін реттеу үдерісін жетілдіру жолдары

Д.Е. Жумадилова¹, А.С. Ахметова²

¹Менеджмент мамандығы бойынша 3 курс студенті

²Менеджмент кафедрасының магистрі, аға оқытушы
Dilda.erbolatovna@mail.ru, ahmetova.2017.86@mail.ru

^{1,2} академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Қазақстанның сыртқы экономикалық қызметін мемлекеттік реттеудің ілімдік және тәжірибелік мәселелерін зерттеп, оны жетілдіру бағытын ұсынылған. Сыртқы экономикалық қызметтің ұғымын және ерекшеліктерін айқындау; сыртқы экономикалық қызметтерді басқару жүйесін талдау; сыртқы экономикалық қызметтің даму факторларының пәрменділігін арттыру, іздестіру; сыртқы экономикалық қызметті мемлекеттік реттеу үдерісін жетілдіру жолдарын қарастырылған. Мамандандырылған сыртқы саудалық кәсіпорынды басқару сызбасы талданған. Өз алдына, компаниялар өздері сатып алуға мүмкіндігі бар өнім көлемін хабарлайды, бағасын ұсынады, тауар тиелетін мекен-жай орнын айтады. Осылай ұсыныстардың ішінен маркетинг бөлімшесі ең тиімдісін таңдайды және шетел фирмаларымен алдын ала келіссөздер жүргізеді. Сатып алушының талаптарын талдау. Егер олар стандартты жағдайдан ауытқулар болған кезде маркетинг бөлімшесін талдау үшін кәсіпорының басқа құрылымдық бөлімшелері талданған.

Кілт сөздер: сыртқы экономикалық қызмет, кәсіпорын, сыртқы сауда айналымы, саясат, экономикалық, мемлекет.

Қазақстан алдына біраз шешілмеген сыртқы саяси мәселелер бар. Қазақстан әлде де көптеген маңызды әлемдік ұйымға мүшелі еткен жоқ, көптеген мемлекеттермен дипломатиялық шарт жасасқан жоқ. Қазақстанда дипломатия әлі белсенді, шешуші және профессионалды дәрежеге жеткен жоқ.

Ол дәрежеге жету үшін қандай мақсаттар қойылу керек? Осының арқасында Қазақстанның тәуелсіздігінің нығаюы, әлеуметтік-саяси, этносаяси тұрақтылық, экономикалық тұрақтылық және шекарасының тұрақтылығы осыған байланысты.

Ең бірінші сыртқы саяси мақсат, ол Ресей Федерациясымен достық және одақтық қатынасты, өзара түсіністік қатынастарын сақтап қалу. Қазақстан үшін бұл сыртқы саясатта ең басымды бағыт болып табылады және бұған көп көңіл бөлуді талап етеді. Ресейдің әскери күші және олардың әлемдегі күші Қазақстанға дипломатиялық бағытта көмегі тиеді. Қазақстан дипломатиясының негізгі бағыты КСРО тарағаннан кейін өзін тәуелсіз мемлекет ретінде құрып, дамыту. Байқоңыр, Каспий теңізі басқа да әскери полигондарды, мұнай құбырларын жүргізу этникалық диаспораларды, азаматтық мәселелерін дос мемлекеттер арасында конфликттік жағдайға әкеп соқтыруға жол бермеу.

Ел тәуелсіздігін нығайту, шекараның біртұтастығын сақтау үшін, Қазақстан Республикасы халықаралық қауіпсіздік қорына кіру маңыздылығы жағынан екінші мақсат болып табылады.

Үшінші кезекте ішкі экономиканы дамытуда жүйелік өзгерістерге қол жеткізу, нарықтық механизмдерді, инфрақұрылымдарды құру болып табылады. Қазақстанның сыртқы саясатында экономикалық қауіпсіздік, энергетикалық тәуелсіздік, транспорт пен байланыс салалары бірінші кезекте болуы тиіс.

Министірліктер мен ведомстволардан басқа Қазақстан МИДте үлкен рөлге ие болуы тиіс.

Төртінші мақсат ол орта азия мемлекеттерімен достық қарым қатынас жасау, және олармен тарихи, рулық, мәдени салт-дәстүрлерін бірлесе сақтау.

Қазақстан ең дамыған 30 мемлекеттердің құрамына кіру және БСҰ на кіруді мақсат етті. Ол үшін Қазақстан төмендегідей сыртқы экономикалық мәселелерді шешу қажет:

1. Қазақстан өнімін сататын нарық іздеу, соның ішінде мұнай экспорты;
2. Инвестиция тарту;
3. Көршілес елдермен бұзылған сыртқы экономикалық қатынастарды қайта жанарту;

4. Азия мен Еуропа елдерінің тәжірибесін пайдалану, әсіресе Қытайдың;

Кәсіпорын экономиканың негізгі буыны ретінде қарастырылуы тиіс, ол өндіріс құралдарымен тікелей байланыстырады.

Кәсіпорын – өндірістік-техникалық бірлестік, ұйымдық-әкімшілік және шаруашылық дербестік қабілетін қоса алғандағы өндірістік бірлік.

Кәсіпорын әкімшілігі – командалық (орталық-басқару) жүйесінде негізгі шаруашылық бірлік болып, орталықтандырылған басқармалы халықтық шаруашылық болған, яғни формалды кәсіпорын, ал нарықтық экономика жағдайында автономды, яғни кәсіпорын субъектісі – нақты кәсіпорын. Қолданыстағы заңға сәйкес кәсіпорын дербес шаруашылық субъект болып есептеледі, өнімді өндіру, жұмыстарды орындау немесе қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін құрылған.

Сыртқы экономикалық саладағы реформалау кәсіпорын мәртебесін түбегейлі өзгертті. Монополизациясыздандыру мен орталықсыздандыру жағдайындағы кәсіпорынның сыртқы экономикалық байланысы, СЭҚ мемлекеттік бақылау жүйесінде басқару объектісі бола отырып, сыртқы экономикалық қызметтің тең құқылы субъектісі болды. Ол бұрын мемлекеттің сыртқы қатынастарына қатысатын, бірақ тек техникалық атқарушы ретінде, ал жаңа шарт бойынша қатысушы ретінде саналады.

Кәсіпорынның атқарушы күйден сыртқы экономикалық қызмет субъектісіне трансформациясы СЭҚ басқару жүйесінің өзгеруіне әкелді: жаңа функциялар, басқарудың жаңа ұйымдастырушылық құрылымның пайда болуы.

Нақты мақсаттар, міндеттер мен шарттардың әртүрлігі барлық кәсіпорындардың бірыңғай сыртқы саудалық фирманың стандартты құрылымы бола алмайды. Мысалы 1 суретте мамандандырылған сыртқы саудалық кәсіпорынды басқару сызбасы көрсетілетін.

Қаржылық-экономикалық блок:

- жоспарлық-экономикалық бөлім – экспорт-импорт көлемін жоспарлау операциялары, жоспардың жүзеге асуын қадағалау, шаруашылық қызметінің анализі;

- валюта-жоспарлық бөлім – валюталық жоспарлау, банктік-кредиттік және есептілік операцияларын бақылау;

- бухгалтерия – есеп-кисап, банктермен, жеткізушілермен, жұмыскерлермен, сатып алушылармен есептесу;

Маркетингтік блок:

- баға конъюктура бөлімі – сұраныс пен ұсынысты зерттеу, баға динамикасы мен нарық құрылымын бағалау;

- жарнама бөлімі – жарнамалық қызмет, халықаралық көрмелер және жәрмеңкелерде қатысу жұмыстары;

- инженерлік-техникалық бөлім – әлемдік нарықтағы өнімдер үшін техникалық талаптар зерттеу, тауар өндірушілер үшін ақпаратты пайымдау, техникалық дәрежесінің анализі, өнімнің сапасы мен бәсекелестігін бағалау;

- техникалық қызмет көрсету бөлімі – фирманың шетелге тауар экспортында сақтандыру, сақтандырудан кейінгі қызмет көрсетуді ұйымдастыру, техникалық орталықтарды ашу.

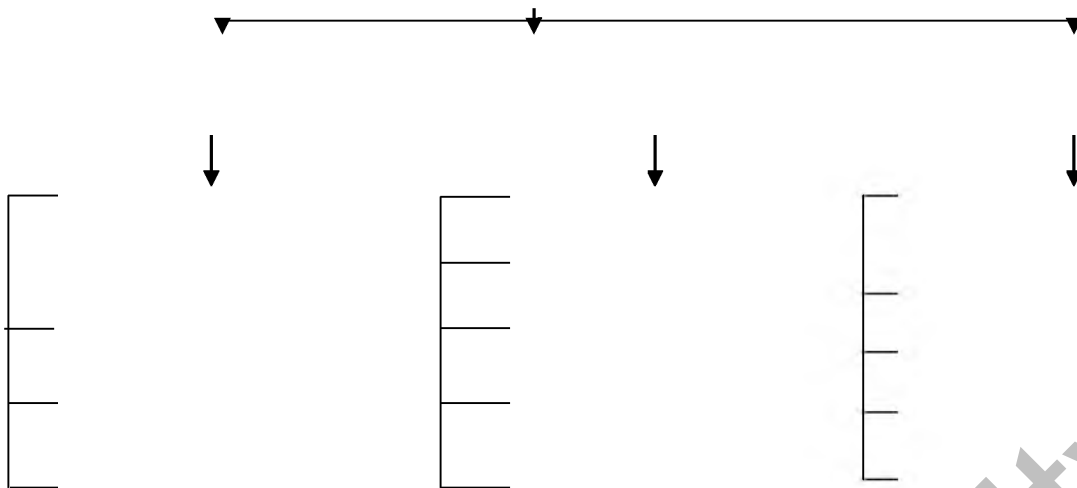
Басқарушы (директор, президент)

347

Қаржы орынбасары

Маркетингтік
орынбасары

Әкімшілік шаруашылық
блок



Сурет 1. Мамандандырылған сыртқы саудалық кәсіпорынды басқару
Ескерту - ҚР ҰЭМ Статистика комитеті негізінде жасалған

Әкімшілік-шаруашылық блок:

- әкімшілік-шаруашылық бөлім – материалдармен жабдықтау, басқа да шаруашылық жұмыстар;
- кеңсе-ұйымдастырушылық – басқарушылық құжаттар жұмыс;
- кадр бөлімі – жеке жұмыстарды жүргізу, кадрларды қою;
- шетелдік командировкалар бөлімі – шетелдік іс-сапарларды рәсімдеу (визалар, билеттер және т.б.);
- заң бөлімі – фирма қызметінің құқықтық қамтамасыз етілуі;
- хаттамалық бөлімі – кездесулер, қабылдауларды ұйымдастыру, шетел делегацияларын шығарып салу.

Мұндай фирманы жетекші басқарады (директор, президент), жұмысшының көлеміне байланысты оған бір-екі орынбасары көмектеседі, мысалы, маркетингтен және қаржыдан. Басқа варианттарды тікелей қаржы, әкімшілік-шаруашылық блоктарды да басқара алады.

Арнайы сыртқы сауда фирмалар салалық және ірі кәсіпорындардың қарамағында құрылуы мүмкін, мұндағы соңғы жағдайда кәсіпорынның бір бөлігі ретінде де және өз балансы бар жеке заңды тұлға ретінде де.

Арнайы, сыртқы сауда кәсіпорындарының барлық түрлеріне олардың штат құрамында халықаралық экономикалық серіктестік саласында үлкен тәжірибесі бар, арнайы сыртқы экономикалық дайындыққа ие жоғары білікті мамандардың болуы тән.

Шаруашылықтың тек бір бөлігі ретінде орын ала отырып, сыртқы экономикалық қызметте белсенді қатысатын кәсіпорындардың басқару құрылым осы аймақта сыртқы экономикалық бөлімшемен таныстырылуы мүмкін (сыртқы экономикалық байланыс бөлімшесі). Сыртқы экономикалық байланыстар бөлімшесінің қызметтері келесідей:

- сыртқы нарықтың зерттеулері, бәсекеге қабілетті өнімді шығару үшін ғылыми, өндірістік, техникалық және өткізу кәсіпорынның қызметі бағыттары мақсатында нарық сұранысын, тұтынушылар талабын зерделеу;
- серіктестерді саралау, келісім-шарттарды жасау, олардың мерзімін созу, серіктестердің фирмаларын мәлімет, биржамен жұмыс, брокерлермен, фирмалармен, кедендермен жұмыс;
- сыртқы экономикалық қызметпен байланысты хаттамалық іс-шараларды ұйымдастыру (делегацияларды қарсы алу және шығарып салу, келіссөздер, аудармашылармен жабдықтау және т.б.);
- сыртқы экономикалық қызметтің нәтижелерін жинақтау, реттеумен басқару;
- жәрмеңкелерде, көрмелерде қатысу және проспектілерді шығару, жарнамалық қызмет.

Нарыққа бағытталған маркетинг бөлімшесінің ұйымдық құрылымы 2 суретте көрсетілген.

Келісім-шартқа дейінгі жұмыстың ұйымдастырылуы, өнімді жеткізу бойынша келісімді рәсімдеу, бекіту арнайы назарды талап етеді, сонымен қатар, оны орындау бойынша бақылау ұйымдастырылуының реті. Маркетинг бөлімшесі кәсіпорының стандартымен негізделеді, жекеше айтқанда, ХС ИСО 9002 үлгісі бойынша «Сапа жүйесі». Өнімді жеткізу келісімдерінің орындалуына басқару жасау және ұйымдастыру реті.

Өз алдына, компаниялар өздері сатып алуға мүмкіндігі бар өнім көлемін хабарлайды, бағасын ұсынады, тауар тиелетін мекен-жай орнын айтады. Осылай ұсыныстардың ішінен маркетинг бөлімшесі ең тиімдісін тандайды және шетел фирмаларымен алдын ала келіссөздер жүргізеді.

Сатып алушының талаптарын талдау. Егер олар стандартты жағдайдан ауытқулар болған кезде маркетинг бөлімшесін талдау үшін кәсіпорының басқа құрылымдық бөлімшелерін тартады.



Сурет 2. Нарыққа бағытталған маркетинг бөлімшесінің ұйымдық құрылымы
Е с к е р т у - ҚР ҰЭМ Статистика комитеті негізінде жасалған

Маркетинг бөлімшесі – кәсіпорынның сыртқы экономикалық қызметін басқарудың негізгі буыны, ішкі өндірістік құрылымының бөлігі. Осымен бірге, оған қойылатын тапсырмалар басқа да функционалды бөлімшелермен тығыз әрекеттестікте шешіледі (қаржылық, заңды және басқа бөлімшелер).

Сыртқы сауда айналымы кішігірім және арнайы басқару бөлімін құруға қажет ресурстардың жетіспеушілігі байқалатын кәсіпорындардың СЭЖ басқарылуы басқаша қалыптасады, бір уақытта басқарылуын қалыптастырады.

Әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы сыртқы саясатының 2020-2030 жылдарға арналған тұжырымдамасы туралы. – 2020 жылғы 09 наурыз
2. Халықаралық бизнес құқығы және заңнамалық орта: транзакциялық тұрғыдан зерделеу. ДиМаттео Ларри А. – Алматы: Дәуір, 2019. – 651