

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

Список использованных источников:

- 1 Послание Президента РК народу Казахстана «Через кризис - к обновлению и развитию» - Вечерний Алматы №28 от 7 марта 2009 года
- 2 Международные Стандарты Финансовой Отчетности 2001. Бишкек, 2006 г
- 3 Приказ Министерства финансов РК от 23 мая 2007 года № 185 «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета»
- 4 Скала В.И. Методические рекомендации по применению Международного стандарта бухгалтерского учета// ББ МСФО 2008- №3.-С.25-31

ӘОЖ 338.24

СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАСҚАРУ ЕСЕБІНІҢ ҮЛГІСІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Сулейменов Жасулан Муратович

87018811655@mail.ru

магистрант 2 курса, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева

Научный руководитель: Омашева А.

Нарықтық экономикада стратегиялық басқару есебінің портфельдік үлгілері кеңінен қолданылады. БКТ матрицасы (Бостонның консультациялық тобы) классикалық портфельдік үлгі болып табылады.

БКТ үлгісі - портфельдік талдау жасаудың едәуір қарапайым тәсілі болып табылады. Үлгіде: нарықтың салыстырмалы үлесі (нарықтың жеке абсолюттік үлесі мен нарықтың ортақ шамасы арасындағы қатынас) және өсу қарқыны сияқты екі айнымалылар қолданылады. Осы критерийлердің негізінде стратегияны таңдау матрицасы құрылып, оған сәйкес кәсіпорынның әртүрлі бизнес тармақтары келтіріледі.

Матрицаның төрт квадранттарының ішіндегі әрқайсысы, әртүрлі жағдайды білдіріп, қаржыландыру тұрғысынан алып қарағанда, бөлек тәсілдің қолданылуын қажет етеді. Кәсіпорын үшін маңызды болып табылатын тауарлардың түрлерін ажыратуға, матрица мүмкіндік береді, ал олар қазіргі уақытта жалпыға белгілі түрдегі: «сауынды сиырлар», «жұлдыздар», «иттер», «мәселенің белгілері» деп аталатын шағын маркетингтік атаулар болып табылады.

БКТ матрицасының негізінде жасалған талдау, тауарлар портфелінің тепе-теңдігін бағалауға мүмкіндік береді, бұл үшін тауарларды «өсу-нарық үлесі» матрицасына орналастырады. Қызметтің масштабтары сатылымдардың немесе түсімнің көлеміне пропорционал болып, жоғарғы беттің ауданымен бірге дөңгелек түрде белгіленуі мүмкін. Уақытқа сәйкес әрбір бизнестің дамуын қадағалай отырып, қарқынды түрде талдау жүргізу қажет.

БКТ үлгілерінің артықшылықтарына, оны бүтіндей кәсіпорын аумағында да, сондай-ақ оның бөлек бөлімшелері бойынша да қолданылуын жатқызуға болады. Қолданудың оңайлығы мен оның көрнектілігі, аталған үлгінің артықшылығы болып табылады.

Дегенмен оны қолдану мүмкіндіктері айтарлықтай шектелген, себебі нарықтың салыстырмалы үлесі мен рентабельділіктің болашақ мүмкіндігі арасындағы тәуелділік туралы болжамның қолданылуы, тәжірибенің тиімділігі бар болғанда ғана осы үлгіні қолжетімді қылады. Нарықтың өсу қарқындары мен нарықтық үлесті бағалау мен өлшеу проблемаларына байланысты қиындықтар туындап қалуы мүмкін.

Жалпы алғанда, БКТ үлгісі өте қарапайым болып табылады және стратегияны таңдау барысында ескеруге қажет болып саналатын факторлардың көбісі, талдау жасаудан тыс қалып қалады. Осы кемшілікті жою үшін, қазіргі уақытта БКТ үлгісі үнемі жетілдіріліп

келеді, сонымен қатар, стратегиялық талдау жасаудың өзге де тәсілдері жасалып келеді. [1,32]

Осылайша, Артур Д. Литлдың және Мак-Кинсидің үлгілері негізінен БКТ матрицасының жетілген нұсқасын білдіріп, сонымен қатар олар көп факторлы матрицалар болып саналады.

Артур Д. Литлдың(АДЛ) стратегиялық үлгісінде басқару есебінің стратегиясын таңдау, әрбір СЗХ үшін кәсіпорынның нарықтағы бәсекелі жағдайына және сектордың (тауардың емес) өмірлік циклының фазасына байланысты жүзеге асырылуы мүмкін.

Сектордың өмірлік циклының тұжырымдамасы белгілі болып табылады және ол нарықтық айналымылар қатарындағы уақыт өзгерістерінің үлгілерін (өткізу, шығындарды жабу, пайда, бәсекелестіктің деңгейі) білдіреді.

АДЛ үлгісіндегі өмірлік циклға (ӨЦ) келесі төрт фаза кіреді: енгізу, өсу, қарқындау және түсу.

Енгізу фазасында тауардың нарығы өте тұрақсыз болып, негізінен, жаңа өнімдерді жасап шығару аумағында бәсекелестік байқалып, тауардың жоғары сапасына ерекше мән беріледі. Кәсіпорынның басты мақсаты, пайда мен сатылымдардың үлкен көлемдеріне ғана қол жеткізіп қоймай, бұған қоса бәсекелестердің арасында бұйымның мәртебелі жағдайын қамтамасыз етіп, оған қатысты тұтынушылардың жақсы қарым-қатынасын қалыптастырып, осы бұйымды сатып алуға байланысты қаражаттарды жұмсаудың пайдалы екендігін оларға дәлелдеу болып табылады. Осы фазада кәсіпорын инновациялардың стратегияларын ұстануы қажет, сонымен қатар нарыққа келетін тауардың сапасын бақылап және сатып алушының оны қабылдауына немесе қабылдамай қоюына қатысты әрекеттерін қадағалаудың маңызы зор болып саналады.

Өсу фазасында нарық құрылымдасқан түрде болады, бірақ онда кәсіпорын үшін өз жағдайын өзгерту мүмкіндігі болмайды.

Өз тауарыңызды тұтынушыға тез өткізіп жіберу, яғни сатылымдарды кеңейтіп, сонымен қатар шыққан шығындарды толығымен ақтап шығып, пайда табу және бизнесті дамыту үшін, қаражаттардың қолда бар болуына негізгі күш жұмсалады. Өсу фазасындағы даму стратегиялары, кәсіпорын қызметін тауарлардың түрлерін кеңейтуге, нарықтарды іздестіруге, өткізу желілерін дамытуға бағыттайды.

Қарқындау фазасында нарық салыстырмалы тұрып қалған жағдайда болады. Осы кезеңде өнімді өткізуге байланысты қиындықтар туындайды. Тұтынушы көзқарасынан алып қарағанда, бәсекелі бұйымдар арасындағы айырмашылықтар маңызды болмай, осы фаза үшін баға бәсекесінің сипаты тән болады. Кәсіпорынның стратегиялық күш-жігері өндіріс шығындарының деңгейін төмендетуге бағытталуы қажет болады.

Түсу фазасында нарық жылжымай қалады. Кәсіпорынның бір баламалы жолы қалады-яғни тауарды орнынан жылжытып немесе нарықтан кетіп қалу туралы шешім қабылдау керек болады. Қарастырылып отырған стратегиялардың негізінде маркетингтік түрде бағытталу орын алады.

Мак-Кинсидің стратегиялық үлгісінде, АДЛ үлгісіне қарағанда, стратегияларды таңдап алу матрицасында, бәсекеге қабілеттілік көрсеткішімен қатар, ӨЦ фазасының орнына нарықтартымдылығын бағалау қолданылады. Нарық тартымдылығының интегралдық бағасы, жағымды мүмкіндіктер мен қауіптерді сипаттауға негізделеді, оған сол немесе өзге бір СЗХ әрекет ететін кәсіпорын кез болып қалуы мүмкін.

Мак-Кинси матрицасына талдау жасау, кәсіпорынға бірқатар келесі кеңестерді беруге мүмкіндік береді:

- кәсіпорын үшін едәуір мүдделі аймақта даму, мұнда оның нақты болашағы бар болады (нарықтың жоғары тартымдылығы) және кәсіпорынның өнімі біршама бәсекеге қабілетті болады. Егер соңғы жағдай жүзеге асырылмаса, онда жақсы жағдайға қол жеткізу үшін айтарлықтай инвестицияны жүзеге асырып немесе бәсекелі күрестен бас тарту қажет болады;

- оның тартымды болуына байланысты немесе бәсекелі күресте оның артықшылықтарының бар болуына қатысты, орташа аймақта сақталады;
- жағымсыз аймақтан кетіп қалу.

Мак-Кинсидің үлгісі —бұл портфельдік талдау жасау тәсілінің шетелдік тәжірибесінде өте көп қолданылатын үлгі, ол айтарлықтай ыңғайлы болып саналады және ол СЗХ бағалау критерийлерін таңдап алған кезде, нақты кәсіпорынның ерекшелігін ескеруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, үлгі қарапайым болып көрінгенімен, оның келесі бірқатар проблемалары жасырын түрде қалады: үлгідегі өзгерістер едәуір күрделі болып келеді, салмақтық коэффициенттерді анықтағанда және факторларды бағалағанда, нарық тартымдылығы мен бәсекеге қабілеттілік факторларын таңдап алған кезде, субъективизмнің қауіпі артады.

Сипатталған үлгілер берілген кеңестер мен қолданылған ұсыныстар тұрғысынан алып қарағанда ажыратылады.

Осындай жолмен, талдау жасауға арналған ақпараттың қолжетімділігіне және шығарылатын өнімге байланысты, нақты кәсіпорынның ерекшеліктерін ескере отырып, портфельдік талдау жасаудың сол немесе өзге бір үлгісін таңдап алуды жүзеге асыру қажет. Бірқатар жағдайларда талдау жасау үрдісінде қолданылатын үлгілерді және тәсілдерді араластыру керек.

PIMS іскери талдау жасаудың үлгісі кәсіпорын мүмкіндіктерінің нарық қажеттіліктеріне сәйкестігін бағалауға мүмкіндік береді. Ол Еуропа мен Солтүстік Американың 3000 астам кәсіпорындарының тәжірибесін қорытындылау негізінде, «Дженерал Электрик» деп аталатын компаниямен ұсынылған болатын, яғни ол нақты кәсіпорынның мәліметтерімен салыстыру мүмкіндіктеріне арналған эмпириялық үлгіні білдіреді.

Отандық кәсіпорындар PIMS үлгісінде ұсынылған, жалпы тәсілдерді ғана қолдана алады. Осыған ұқсас үлгіні қалыптастыру үшін, әртүрлі саладағы саны көп ресейлік кәсіпорындардың тәжірибесін қорытындылау қажет болады.

Талдау жасау кезінде кәсіпорын қызметінің барлық көрсеткіштері, саны көп негізгі айнымалылар түрінде көрінеді, олар пайда деңгейіне әсер етеді және келесі 3 топқа ажыратылады:

- бизнестің бәсекелі түрі (бәсекелі жағдай);
- нарықтың сипаттамасы және оның тартымдылығы (нарықтық жағдай);
- кәсіпорынның мүмкіндіктері (кәсіпорынның өндірістік құрылымы);

PIMS үлгісі кәсіпорын басшысына басқа кәсіпорындардың тәжірибесін, өз қызметінде ескеруге мүмкіндік береді.

Аталған тәсілдің қарқынды, жоғары дамыған, тұрақты нарықтар мен ресейлік кәсіпорындар үшін жасалғандығын, қазіргі уақытта ол негізінен таңырқаушылық сипатта болуы мүмкін екендігін айта кету қажет.

Мак-Кинсидің «7С» үлгісі кәсіпорынның негізгі ішкі факторларын ұғынудың тәсілі болып табылады, ол оның қазіргі жағдайына және болашақта дамуына әсер етеді. Оның атауы келесі 7 факторлаға байланысты («с» әріпінен басталатын, жеті сөз), оларға мыналар жатады: стратегия (strategy); дағдылардың сомасы (skills); бірлескен құндылықтар (shared values); басқару жүйесі (structure); жүйелер (system); кәсіпорынның қызметкерлері (staff); үлгі (style).

Стратегиялық басқару есебі, қоршаған ортаға қалай бейімделу керектігін және өзінің ішкі жағдайын қалай қолдану керектігі туралы кәсіпорынға бағыт береді. Дағдылардың сомасына талдау жасау, жалпыға таныс бірлескен құндылықтарды ескере отырып, стратегияны өмірмен қалай ұштастыруға болатындығын шешуге көмектеседі.

«7С» үлгісі біріншіден, кәсіпорынның ұйымдық мәдениетіне қатысты, қызметкерлердің жеке қажеттіліктерін және адамдардың қарым-қатынастарын көрсететін, дағдылар мен бірлескен құндылықтарды, қызметкерлердің біліктілігі мен жұмыс сапасының

стратегияларын анықтаған кезде, есепке алудың маңыздылығын көрсетеді; екіншіден, үлгі келесі факторлардың бірлескен құндылықтары мен дағдыларының тәуелділігін анықтайды:

- құрылым (ұйымдық сызбалар, ұйымдағы иерархия, қағидалар мен нұсқаулар, ережелер мен т.б.);

- жүйе (кәсіпорындағы жұмыстардың ағымы, оларды орындау барысындағы тәртіп пен үрдіс, есепке алу мен бақылау);

- қызметкерлер(кәсіпорынға қажетті қызметкерлердің құрамын санын,мамандығын, біліктілігін, мәдени деңгейін, кәсіби дайындығын және т.б. анықтау);

- үлгі (басшының жеке үлгісі және кәсіпорынның барлық қызметкерлерінің мінездерінің сипаты).

«7С» үлгісінің маңыздылығы келесіде болып табылады, стратегиялық жоспарлау үрдісінде барлық қызметкерлердің мүдделерін ескере отырып, олардың арасында келісім мен байланыстарды орнатуға ерекше назар аударылады. Сонымен қатар, ол бизнесті дамыту мен стратегияны жасауға байланысты нақты нұсқау бермейді, бірақ ол кәсіпорын қызметінің тиімділігіне қатысты толық көзқарасты жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Бәсекелі талдау жасау үлгісін қолданудың шетелдік тәжірибесі назар аударуды қажет етеді.

М.Портер бойынша, «Бәсекелестіктің бес күші» үлгісі кәсіпорынның бәсекелі жағдайына талдау жасайтын, біршама кең таралған үлгілерінің бірі болып саналады.

Аталған кәсіпорын нарығының үлесін және табатын пайданың деңгейін анықтау үшін, М.Портер бәсекелестіктің келесі бес күшін ажыратқан:

- салаға еніп келе жатқан және ұқсас тауарларды шығаратын, жаңа бәсекелестер; саладағы бар бәсекелестер;

- тауарларды-алмастырғыштар (субституттар) жағынан болатын қауіп;

- сатып алушылардың әрекет ету күші;

- жеткізушілердің әсер етуі. [3,274]

Шығындарды азайтуға қатысты белсенділік стратегиясы, көпшілік сұранысқа ие болатын тауарды өткізген кезде, біршама әсермен қолданылады және тауарлардың көп санын өндіруге және оларды кеңейген нарыққа шығаруға кәсіпорынды бағыттайды. Шығындарды төмендету кәсіпорынға төмен бағалар бойынша тауарды өткізуге мүмкіндік береді. Сатылым көлемдерінің өсу нәтижесінде кәсіпорынның пайдасы мен рентабельділігі жоғарылайды.

Кәсіпорын шағын нарыққа айрықша тауармен шыққан кезде (көп жағдайда тауар сапасы сауда белгісімен бекітіледі),өнім дифференциациясының стратегиясы қолданылады. Осы стратегия жеке тапсырыстар бойынша өндірілген тауарларды немесе жаңа тауарларды нарыққа шығарған кезеңде қолжетімді болуы мүмкін.

Негіздеу стратегиясы нарықтың шектелген географиялық секторында немесе нарық сегменттерінің бірінде (тауарлардың немесе сатып алушылардың белгілі бір тобында) тұрақтап қалуды білдіреді.Негіздеу стратегиясында, өнім сипаты мен мақсаты нарыққа байланысты келесі екі түрлі болуы мүмкін:

- таңдап алынған сегментте, кәсіпорын шығындарға қатысты артықшылықтарға қол жеткізуге тырысады;

- кәсіпорын өзге ұқсас тауарлардың арасында, өз тауарларына назардың аударылуына талпынып, өнімнің дифференциациясын күшейтеді.Атап өтілген негізгі стратегиялардың ішіндегі әрқайсысы, белгілі бір басқару әрекеттерінің бар болуын және белгілі бір экономикалық ресурстардың бар болуын талап етеді. [2,25]

Дегенмен стратегиялық басқару есебінің орнын әдістемелік тұрғыда анықтау үшін, оның фирмалық басқару қызметінің жинағындағы және кәсіпорын саясатымен бірге байланысын анықтап алу керек.

Кәсіпорынды басқару жүйесінде әрқашан бір басты қызмет бар болады, яғни оған қалғандары бағынышты болып келеді. Бұған қоса, құрылым мен т.б.жағдайлар өзгергенде ол өзгеріп отырады. Егер XX ғасырдың бірінші жартысында осы қызметті бухгалтерлік есеп пен өндірістің шығындарын бақылау орындаған болса, онда одан кейін оны жоспарлау

алмастырды. Дегенмен тұрақсыздық пен нақты емес ортаның артуына байланысты, жоспарлау аумақтары біршама кеміп, кәсіпорынды ұзақ мерзімді болашаққа бағыттауға мүмкіндік беретін, жаңа құралдар мен тәсілдердің пайда болуына және қолданылуына қатысты қажеттілік пайда болды.

Кәсіпорынның басты мақсаттарын анықтау нәтижесінде жаңа басқару қызметі – кәсіпорын стратегиясын жасау мен жүзеге асыру туындап отыр.

Стратегиялық басқару жүйесі, кәсіпорынның бастапқы мақсаттарын жүзеге асырудың ең тиімді тәсілдерін анықтауға бағытталған.

Қолданылған әдебиет:

1. Крылов. С.И. Стратегиялық басқару жүйесі және ұйымның қаржылық ағындарын басқару кезіндегі оның қызметі [Мәтін]//Басқару жүйесі. - 2005. - №3.
2. Медведенко К.А. Бәсекелі күресте стратегиялық ресурс ретіндегі басқару есебінің жүйесі[Мәтін]// Қаржылық менеджмент. -2005. - №4.
3. Селиванов И.А. Стратегиялық басқару жүйесі және кәсіпорынның тұрақты дамуы [Мәтін] // Басқару есебі және қаржылар.-2012. - №4. - 272-282 б.

УДК 657.1

УЧЕТ РАСХОДОВ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ПОДОХОДНОМУ НАЛОГУ

Ташкенбай Сымбат Женисбеккызы

symbatash@mail.ru

студент 2 курса специальности «Учет и аудит», ЕНУ

им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель: Серикова М.

Корпоративный подоходный налог является не только самым распространенным и значительным видом, но и одним из сложных в понимании.

Причем это определяется не только сложностью самой модели налогообложения, но и запутанностью - а то и просто некачественным исполнением - того законодательства, посредством которого этот налог регулируется. В результате трудности в понимании (а соответственно - в применении) этого законодательства испытывают не только налогоплательщики, но и работники налоговой службы. Как правило, ошибочная трактовка отдельных норм НК РК приводит к значительным финансовым потерям налогоплательщика или бюджета, а учитывая что сроки исковой давности по налоговым отношениям составляют 5 лет, то при очередных проверках фирма может быть поставлена на грань банкротства, т.к. даже незначительные суммы нарушений могут в течение этого срока превратиться в столь существенные, что выплата их повлечет потерю собственного капитала.

Налоговые доходы составляют основу бюджета. Любая бухгалтерия, как сердце предприятия, особенно чувствительна к изменениям в налогах. От четкости или нечеткости налоговой системы непосредственно зависит планирование и прогнозирование деятельности предприятия, зависят взаиморасчеты с бюджетом, в правильности, быстроте и своевременности которых, последние заинтересованы не меньше самого государства.

Поэтому, наряду с менеджментом, маркетингом, бухгалтерским учетом денежных средств и некоторыми другими направлениями расчетных операций, учет расчетов по налоговым обязательствам занимает одно из важнейших мест и является неотъемлемой частью деятельности бухгалтерской службы любого предприятия. Различные налоги, обеспечивающие основные поступления в бюджеты различных уровней, имеют особенности начисления и уплаты, поэтому их необходимо рассматривать тщательно. Это обуславливает актуальность данной темы.