



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

частности, дел о соответствии актов органов Таможенного союза и ЕЭП международным договорам, составляющим договорно-правовую базу Таможенного союза и ЕЭП, об оспаривании решений, действий (бездействия) органов Таможенного союза и ЕЭП. Основной задачей Суда в рамках Таможенного союза и ЕЭП является обеспечение единообразного применения государствами — членами Таможенного союза действующих в его рамках международных договоров и принимаемых его органами решений.

В рамках Таможенного союза и ЕЭП Суд осуществляет следующие полномочия – по заявлениям государств-участников и органов Таможенного союза и ЕЭП:

1) рассматривает дела о соответствии актов органов Таможенного союза и ЕЭП международным договорам, формирующим правовую базу Таможенного союза и ЕЭП;

2) рассматривает дела об оспаривании решений, действий (бездействия) органов Таможенного союза и ЕЭП;

3) дает толкование международных договоров, формирующих правовую базу Таможенного союза, актов, принятых его органами;

4) разрешает споры между Комиссией Таможенного союза (Евразийской экономической комиссией) и государствами, входящими в Таможенный союз, а также между государствами — членами Таможенного союза по выполнению ими обязательств, принятых в рамках Таможенного союза.

В соответствии с Договором об обращении в Суд ЕврАзЭС хозяйствующих субъектов по спорам в рамках Таможенного союза и особенностях судопроизводства по ним от 9 декабря 2010 года Суд ЕврАзЭС наделяется компетенцией по рассмотрению дел также по заявлениям хозяйствующих субъектов:

1) об оспаривании актов Комиссии Таможенного союза (Евразийской экономической комиссии) или их отдельных положений;

2) об оспаривании действий (бездействия) Комиссии Таможенного союза (Евразийской экономической комиссии).

Основанием для оспаривания актов либо действий (бездействия) Комиссии является их несоответствие международным договорам, заключенным в рамках Таможенного союза и ЕЭП, повлекшее нарушение предоставленных данными международными договорами прав и законных интересов хозяйствующих субъектов в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Таким образом, такой институциональный механизм формирования и функционирования как Единое экономическое пространство при его сопоставлении с фактической социально-экономической и политической ситуацией на постсоветском пространстве позволяет надеяться на положительные перспективы развития данного межгосударственного интеграционного объединения.

Список использованных источников

1. <https://ru.wikipedia.org/wik>
2. <http://izvestia.ru/news/504908>

УДК 66.0

ӘЛЕМДІК НАРЫҚТА ОТАНДЫҚ ӨНІМДЕРДІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Өтеген Мәдина Рахымқызы

dm11013009@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Экономика факультеті, Менеджмент кафедрасының 2-курс
студенті, Астана, Қазақстан

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ техника ғылымдарының кандидаты,

Қазіргі ғаламдану жағдайында барлық елдердің алдарына қойған негізгі міндеті ұлттық шаруашылық пен жекелеген экономикалық субъектілердің бәсекелестікке қабілеттілігін қалыптастыру және отандық өнімдерді қолдау болып отыр. Нарықтық талаптардың ерекшеліктерін ескере отырып, мемлекеттің ішкі экономикалық мүмкіндіктері мен өндірістік ахуалын одан ары жақсарту мақсатында жаңа бағыттар белгіленуде. Мемлекеттің экономикалық тұрақтылығын қалыптастырудың негізгі бағыты ішкі өндірісті өркендету екені белгілі. Бұл тұрғыда, өнім өндеудің түпкі кезеңіне дейінгі жұмыстарды қамтитын өндірістік кәсіпорындарға деген жауапкершілік те ұлғая түспек. Біз ішкі нарықтағы отандық өнімдердің қауіпсіздігін сақтауда, мемлекеттің экспорттық мүмкіндіктерін ұлғайтуда, отандық өзара байланысты кәсіпорындардың тиімділігін арттыруда және олардың сыртқы өндірушілерге тәуелділігін төмендетуде, отандық өнімдердің сапасын арттыру арқылы мемлекеттің әлемдік нарығын арттыруға барымызша үлес қосуымыз керек. [1].

Еліміздің табиғи, экономикалық, ұлттық ерекшеліктеріне сай иелігіміздегі құндылықтарды барынша тиімді, әрі ұтымды жұмсау, тек ішкі нарықта ғана емес, әлемдік нарықта да жоғары сұранысқа ие болатын халық тұтынатын тауарлар шығару, сол нарықтың қомақты бөлігін қосылған құны жоғары өнімдер өткізу арқылы иемдену, осы арқылы мемлекетіміздің беделін арттыру бүгінгі таңда қарқынды жүргізіліп жатқан саяси-экономикалық үрдістердің негізін қалайды.

Қазіргі таңдағы тұтыну нарығындағы жоғары талаптар отандық өндірішілерге шығаратын тауарларының бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселесін алдыңғы қатарға қойуын талап етіп отыр. Сондықтан да, біздер отандық тауарларды жоғары сапалы, тұтынушылардың қажеттіліктерін максималды деңгейде қанағаттандыра алатындай етіп қана шығармай, олардың әлемдік нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыруға көп көңіл бөлуіміз қажет.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің жоғарылауы, оның жақсаруы көбінде іске асырылатын өнімнің сапасы мен өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейіне, өнімнің жарнамасына тікелей тәуелді.

Бәсекеге қабілетті өнім кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін қамтамасыз етеді, ал мұның өзі экономиканың жалпы дамуына оң әсерін тигізеді. Кейбір өндірушілер үшін өнім сапасы жеке мәселе ғана емес. Ол біртіндеп халықтың өмірінің жалпыұлттық сапа мәселесіне айналып келеді. [2].

Әлемдік нарықтың қатаң талаптары мен бәсекелік шарты отандық өнімдерді өндіруші кәсіпорындардың сол талаптар мен шарттарды ұстануын қалайды. Олай болмаған жағдайда әлемдік нарықта өнім түрлері бойынша негізгі өндіруші ірі мемлекеттер өздерінің бәсекелік ықпалымен еліміздің ішкі нарығын және енуге мүмкін болатын көршілес мемлекеттердің нарықтарын игеріп алуы қиын емес.

Сондықтан ішкі нарық өнімдерінің бәсекелік қабілеті ең алдымен, олардың сапасына байланысты. Өнімдердің сапалық деңгейі бірнеше тұрғыда анықталады. Әлемдік нарыққа шығудың маңызды жолы болып, халықаралық сапа стандартының талаптарын орындау және оны өндіріске енгізу қадамадары болып табылады.

Отандық өнімнің сапасын арттыру үшін келесідей іс - әрекеттерді жүзеге асыру керек:

- отандық тауар өндірушілер өнімнің сапасын халықаралық стандарттарға сәйкестендіру;
- сыртқы нарыққа отандық тауарларды шығару және олардың бәсекелік қабілетін қалыптастыру мақсатында мемлекеттік сапа жүйесін жетілдіру;
- тамақ өнімдерінің адам өміріне қауіпсіздігін, оның сапалық талаптарын ғылыми тұрғыда негіздеу;
- өндірістік және ғылыми зерттеу мекемелерінің ортақ жүйесін құру;
- отандық қалыптасқан дістүр бойынша халықтық тұтыну ерекшеліктеріне сай таза

өнімдер шығару үрдісін ұстан;

–өнімнің биологиялық құрамын табиғи түрінде сақтау үшін ғылыми негізделген жолдары мен әдістерін іздестіру;

–өнімнің сапасын көтеру жөнінде және адам өміріне қауіпсіздігін қалыптастыруда стандарттау мен сертификаттау талаптарын жетілдіру бойынша ұсыныстар жасау;

–өнімді дайындау мен өңдеуде отандық және шетелдік жаңа озат техника мен технологияларды пайдалану;

–тұтынушылардың әртүрлі деңгейлеріне сай өнімнің жаңа түрлерін шығару арқылы ассортиментті кеңейту;

–инновациялық озық үлгідегі құрал-жабдықтар мен қондырғыларды енгізуге қажетті қаржыларды тарту жолдарын іздестіру және белсенділік таныту; [3].

Сонымен қатар бәсекеге қабілетті өнімдердің сапасын арттыруда мемлекеттің де тигізер әсері көп. Отандық өндірушілерге қолдау көрсетілсе, түрлі жеңілдіктер берілсе, конкурстар жарияласа. Мысалы, мемлекет тарапынан «Ең сапалы отандық өнім» деген атпен жыл сайын түрлі конкурстар өткізіп отырса. Бұның өзі кәсіпорындардың сапалы өнім өндіруіне көп үлесін тигізеді деп ойлаймын.

Тауарлардың әлемдік нарықта жоғары деңгейден көрінуінің алғы шарттары әуелі сол өнімнің бәсекеге қабілеттілігін елімізде жоғарылатқанымыздан көрінеді. Отандық өнімдердің беделін шет елдік өнімдерден әрқашан жоғары ұстауымыз қажет.

Отандық өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың тағы бір маңызды жолдарының бірі бұл өнімнің жарнамасы. Яғни, өнімнің тартымдылығын қамтамасыз етуге бағытталған кәсіпорынның маркетингтік жүйесін жетілдіру. Жарнама – тауардың өмірлік циклында айтарлықтай орын алады. Жалпы алғанда, маркетингтік жүйе кәсіпорын үшін оның өнімдерін жарнамалауда, дайын өнімді өткізу амалдарын табуда, өнімнің тартымдылық қасиеттерін қалыптастыруда, тұтынушылардың талғамын білу мақсатымен зерттеулер ұйымдастыруда тиімді болып есептеледі. Бұл өнімнің бәсекелік қабілетін арттыру бағыты ретінде кәсіпорынның маркетингтік жүйесін жетілдіру тетігін қолданудың маңыздылығын көрсетеді. Сондықтан да тауардың жарнамасы мемлекет деңгейінде, одан әрі әлем деңгейінде жоғары, сапалы, лайықты деңгейде болуы тиіс. Ұсынылатын жаңа өнімнің тартымды келбеті мен сату мәдениеті тұтынушыға жағымды әсер ететіндей саясат қалыптастыру, оның сапалық белгілерінің негізгі сипаттарын көрсете білу маркетингтік жүйелі саясаттың маңызды буынына жатады. [4].

Өнімнің бәсекелік қабілетін арттырудағы маркетингтің рөлі, ең алдымен оның тұтынушыға тартымдылығын қалыптастыруға бағытталуы тиіс.

Дұрыс ұйымдастырылған маркетингтік жүйе өзінің нәтижесін еселеп қайтаратынын уақыттың өзі дәлелдеуде.

Еліміздегі өндірістік кәсіпорындар әлемдік өзгерістерден тысқары қалмуы керек. Өзінің өнімдерінің бәсекелестік қабілетін арттыруға мүдделі кез – келген кәсіпорын жаңа заман қажеттіліктерін, шетелдік ұқсас өнім шығарушы кәсіпорындардың тауарлық стратегияларын, өнім өткізу әдістерін және оны қолдану мүмкіндіктерін, тұтынушылардың талғамын анықтау жолдарын басты назарда ұстағаны абзал.

Қорыта келсек, өнімнің бәсекелестік қабілеті – бұл тұтынушылардың өнімге қоятын техникалық-функциялық, экономикалық ұйымдастырушылық деңгейін сипаттайтын талаптардың жиынтығы деп айтсақ болады. Бәсекеге қабілетті өнім болып тек қана әртүрлі табиғи көрсеткіштерді иеленетін және бәсеке жағдайында нарықта өз орнын иеленетін тауар ғана саналады.

Кез келген өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін қазіргі жағдайдағы маркетингтің әдістері арқылы нарықты кешенді зерттеу керек. Осының нәтижесінде тұтынушы өзінің қажеттіліктерін толық қанағаттандыратын өнімді сатып алуға жағдай жасайды.

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып отандық өнімнің әлемдік нарықта

бәсекеге қабілеттілігін арттыру нарықта өнім өндірудің негізгі шешуші факторларының бірі болатыны сөзсіз. Өнімнің бәсекелестік қабілеті сапа белгісімен қоса тұрғын халықтың өмірі үшін қауіпсіз және экологиялық таза өнім ұғымында қарастырады.

Тауардың бәсекеде жеңіске жетуі оның техникалық-экономикалық көрсеткіштері мен өнім өндірудегі технологиясының сапасына және қолдану қасиеттеріне (сенімділігі, төзімділігі) байланысты болады. Ал соңғы кездері, әсіресе, тауардың айналадағы ортаға зиянсыздығына, кейбір эргономикалық, жалпы гигиеналық, антропометрикалық, психологиялық және басқа да талаптарға сәйкестігіне бас назар аударылуда. Бұған қоса, шетке шығарылатын өнімдер міндетті стандарттық сапаға сәйкес келуі тиіс.

Тауардың бәсекеге төзімділігін бағалағанда оның сату немесе сатып алу бағасы қарастырылады. Осыған қатысты мына жайттар ескерілгені жөн: нарықты және ақырғы тұтынушылардың сұранысын зерттеудің сапасы, тауарды нарыққа жеткізу мен оны сатуды ынталандырылып отыру, жарнама және тауардың өмірлік цикілін есепке алуға байланысты жүргізілетін жұмыстың тиімділік дәрежесі, баға стратегиясын тандап алудың дұрыстығы, тауар өткізу мекемелері мен тауардың қозғалу бағаттарын белгілеу кезінде тауардың бәсекелік артықшылығы мен кемшіліктерін (маркетингтік құрастырушыларды) анықтау.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру кез келген кәсіпорының алға қойған мақсаттарының бірі екендігі сөзсіз.

Қазіргі таңда мемлекет тарапынан кәсіпорындардың сапалы өнім өндіруіне көп көңіл бөліп, жеңілдіктер жасап, қаржы жағынан қолдау көрсетуде. Сонымен қатар Қазақстанның 2003-2015 жылдарға арналған индустриалды - инновациялық даму Стратегиясында өңдеуші және ғылыми сыйымды жоғары технологиялық индустрияға аса зор көңіл бөлініп отыр. Инновацияның дамуы сапалы, бәсекеге қабілетті өнім өндіруге әсер ететін, бірден – бір факторы болып табылады.

Елбасымыз Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев айтқандай «Бәсекеге қабілеттілік – Қазақстанның әлемдік экономика мен қоғамдастыққа табысты кірігуінің кілті. Жәнемұныңқажетті шарты – Қазақстан тауарлары мен қызметтерінің озық халықаралық стандарттардың сапалық деңгейіне шығуы». Біздің отандық өнімдеріміз әлемдік нарықта бәсекеге қабілетті өнімдер қатарынан жоғары сапамен көрінетіне кәміл сенемін.

Қолданылған әдебиет

1. Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы: Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясы // Астана, 2006 жылғы 1 наурыз.
2. Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы: Жаңа әлемдегі жаңа Қазақстан // Астана, 2007 жылғы 28 ақпан
3. Джумагалиева Ж.Г. автореферат Управление качеством продукции и обеспечение ее конкурентноспособности.-Алматы. 2013г.
4. Нурпеисова М.М. автореферат Повышение качества и конкурентноспособности потребительских товаров Казахстана.-Алматы, 2012г.

УДК:339.187.44(574)

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Рыскулов Нурбол Русланович, Тагатова Жазира Салауатовна

t_zhazira111@mail.ru

Студенты 3 курса государственного и местного управления, экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – Амренова Г.К.

Определяется гносеологический статус тайм-менеджмента, показана его эволюция.