



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



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2014» атты
IX халықаралық ғылыми конференциясы

IX Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2014»

The IX International Scientific Conference for
students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION-2014»

2014 жыл 11 сәуір
11 апреля 2014 года
April 11, 2014



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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2014»
атты ІХ Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ІХ Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2014»**

**PROCEEDINGS
of the IX International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2014»**

2014 жыл 11 сәуір

Астана

УДК 001(063)
ББК 72
Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2014» атты студенттер мен жас ғалымдардың IX Халықаралық ғылыми конференциясы = IX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2014» = The IX International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2014».
– Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2014. – 5831 стр.
(қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-610-4

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.

УДК 001(063)
ББК 72

ISBN 978-9965-31-610-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университеті, 2014

Для решения вышеперечисленных задач необходимо создать способствующие этому условия. К таким условиям относятся соответствующие национальные нормативно-правовые документы, политика, субсидии и стимулы, мировой рынок, юридическая инфраструктура, протоколы о товарообороте и финансовой помощи. Существующие сегодня условия благоприятствуют и способствуют сохранению «коричневой» экономики, которая, помимо прочего, в высокой степени зависит от энергии, извлекаемой из ископаемого топлива. К примеру, если государство хочет чтобы люди утилизировали бытовой мусор, необходимо обеспечить население контейнерами, чтобы люди могли это сделать легко. Необходимо реформировать систему «экологического» налогообложения, которая предполагает смещение акцента с налога на рабочую силу на налоги на загрязнение. Так же увеличить рост государственных инвестиций в экологические проекты, государственная поддержка исследований, связанных с созданием экологически чистых технологий и т.д.

Переход на «зеленую» экономику требует больших инвестиций – до 2% ВВП в год, то есть 5-6 миллиардов долларов США. Реализация экологических технологий их реализация будет зависеть от макроэкономических и социальных параметров. Но положительных результатов будет намного больше, чем отрицательных. «Зеленая» экономика в первую очередь будет способствовать экономическому прогрессу и обеспечит: рост внутреннего валового продукта, увеличение доходов страны, уменьшение безработицы в стране. К 2050 году будут созданы 500 тысяч новых рабочих мест, открыты новые отрасли промышленности и сферы услуг, что существенно скажется на качестве жизни казахстанцев, значительно повысив его благосостояние. ВВП, по прогнозам, должно увеличиться на 3%.

Таким образом, Казахстан имеет уникальные возможности и предпосылки для развития «зеленой» экономики. Благодаря «зеленой экономике» Казахстан поднимется на новую ступень инновационного развития за счет мобилизации внутренних неисчерпаемых источников развития, что обеспечит конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

Тем не менее «зеленая» экономика может стать одним из важных инструментов в обеспечении устойчивого развития страны и помочь войти нам в 30-ку наиболее развитых стран мира, что является главной целью Послания Президента РК - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050

Список использованной литературы:

[1]- Будущее, которого мы хотим. Итоговый документ Конференции ООН. / CONF.216/L.1 Рио-де-Жанейро, Бразилия 20-22 июня 2012 года.

[2]- Обзор «Водные ресурсы Казахстана в новом тысячелетии». Программа развития ООН. 2000. www.undp.kz/library_of_publications/files.

[3]- Госсен Э. Ф. Актуальные интервью – Алматы. Изд. Центр ОФПИИ «Интерлигал», 2008г.

4.Официальный сайт Агентства по статистике Республики Казахстан. Режим доступа: www.stat.gov.kz. Дата обращения: 02.03.14.

УДК 330.3

ТҰТЫНУШЫЛЫҚ СҰРАНЫС: ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ, ФАКТОРЛАРЫ, МӘСЕЛЕЛЕРІ

Әкімбергенова Әйгерім

aigerim-95-1995@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Экономика факультеті, ЕА-11 тобының студенті,

Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Н. Досмағанбетов

Қазіргі уақытта, нарықтық шаруашылықтың ең негізгі категорияларының бірі болып тұтынушылық сұраныс табылады. Қазіргі заманғы экономика жағдайында тұтынушылық сұранысқа алуан түрлі факторлар әсер етеді. Тұтынушылық сұраныс мазмұнының, формаларының, тұтынушы талғамдары мен қалауларының өзгеруі, нарық жағдайларының, әлеуметтік-экономикалық жүйенің қызмет ету шарттарының өзгеруі, сондай-ақ, тұтынушылық сұраныстың нарықтың көптеген аса маңызды үдерістеріне әсерінің күшеюімен байланысты осы тұтынудың және оған әсер ететін факторлар табиғатының тәжірибелік маңыздылығы бүгінгі күні арта түсуде. Сонымен қатар, экономикалық саясаттың негізгі бағыттарын, өнеркәсіптік саясатты қалыптастыруда, әртүрлі нарықтардың теориясы мен ұйымдастырылуын зерттеуде тұтынушылық сұраныстың рөлі көтеріліп келеді.

Адамдар қажеттілігінің дамуы бойынша, тұтынушы қалауларының өзгеруіне, тұтынуға ұсынылатын тауарлар мен қызметтердің көбеюіне, демалысты ұйымдастырудың әдістеріне байланысты тұтынушылық сұраныстың және оның факторлары мен құрауыштарының арнасы кеңейіп, олардың арасындағы өзара байланыстар бара-бара күрделене түсуде.

Адамдардың тұтынушылық сұраныспен байланысты іс-әрекеттерінің кеңістігі өмір сүру тіршілігінің барлық жақтарына еніп келе жатқан қазіргі заманғы ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың аса қарқынды түрде дамуы жағдайларында тіпті кеңейіп барады. Адамдар ресурстарының маңызды бөлігін (еңбек, қаржы, уақыт) өздерінің тұтынушылық сұранысымен, тұтынушылық таңдауымен, көптеген факторларды анықтап бағалауға байланысты іс-әрекеттерге жұмсайды.

Сонымен, сұраныс дегеніміз – бұл кең мағынада, тұтынушылардың белгілі бір уақытта, белгілі бір бағамен тауарлар мен қызметтердің белгілі бір көлемін сатып алуға деген дайындығын сипаттайтын төлем қабілеттілігі бар қажеттіліктері мен талаптары [1, 38 б.].

Тұтынушылық сұраныстың дамуының институционалдық бағыты шеңберінде «институционалдық детерминанттар» категориясы ерекше бөліп көрсетіледі. Тұтынушылық сұранысқа әсер ететін осындай институционалдық факторлар мынадай негізгі белгілерге ие болып табылады:

- ресми және ресми емес институттармен тығыз байланыста болу;
- адамдардың тұтынушылық таңдауы мен тұтынушылық мінез-құлықтық іс-әрекетінде белгілі бір ережелер мен нормаларды қалыптастыру;
- адамдар іс-әрекетінің экономикалық, әлеуметтік, мәдени, психологиялық жақтарын біріктіру.

Тұтынушылық сұраныстың институционалдық детерминанттары осы аталған белгілеріне байланысты классикалық бағалық және бағалық емес факторлар сияқты қас-қағым сәтте қалыптаспайды. Өйткені, индивидтер өздерінде өмір бойы ұзақ уақыт қалыптасқан салт-дәстүрлері мен әдет-ғұрыптарына негізделген қалаулары мен дағдыларын бірден өзгерте алмайды. Сондай-ақ, қандай да ел болмасын, ондағы қалыптасқан ресми институттар, мәселен, меншік құқықтары, заңдылық базасы, жұмыс істеп тұрған ұйымдық құрылымдар да жылдам өзгере қоймайды. Сондықтанда, бағалық және бағалық емес факторларға қарағанда, институционалдық факторлардың қалыптасу үдерісі өте күрделі. Тұтынушылық сұраныстың институционалдық детерминанттары әсіресе, жеке тұтынушылық сұранысқа әсер етеді.

Қазіргі уақытта, кейбір жағдайларда нарықтың жекелеген түрлерінде тауарлар мен қызметтерге деген сұраныс неоклассикалық тәртіппен жүрмегендіктен тұтынушылық сұраныстың дамуының институционалдық бағытының қажеттілігі мен маңыздылығы артып келеді. Адамдар тұтынушылық дамуымен және күрделілігімен, тауарлардың олардың әртүрлі категориялары бойынша ассортименттерінің кеңеюімен байланысты сұраныстың бағалық факторға деген тәуелділігі сондай бір салыстырмалық сипатқа ие болып барады. Тауарлардың функционалдық сипаттамаларына және дизайнының жақсаруына байланысты сұраныс заңына қайшы келетін құбылыстар да жиі орын алады, яғни сапасы жоғары тауарға

сұраныс оның бағасы өссе де артып отыратындығын сипаттайтын тура тәуелділік қалыптасуы мүмкін.

Институционалдық факторлардың әсерінен бағалар мен табыстарға байланысты тұтынушылық сұраныстың байланысы бұзылуы мүмкін. Баға және табыс сияқты дәстүрлі факторларға қарағанда мұндай дәстүрлі емес факторлардың табиғаты аса күрделі болып табылады және олар өзіне экономикалық сипаттағы әртүрлі компоненттермен бірге, психологиялық және физиологиялық сияқты экономикалық емес факторларды да біріктіреді. Осыған байланысты, қазіргі дамыған қоғам жағдайында тұтынушылық сұраныстың осындай факторлары бірінші орынға шығады, сол себепті, мұндағы негізгі мәселелер ретінде халықтың тұтынушылық сұранысын реттеу қарастырылады, ал тұтынушының алдында «не сатып алу керек?» және «қай жерден сатып алу керек?» деген маңызды сұрақтар туындайды [2, 18-19 б.].

Көптеген экономистер тұтынушылық сұраныстың институционалдық детерминантары ретінде беделді тұтыныс, тұтынушылық несие және тұтынушының транзакциондық шығындары сияқты дәстүрлі емес факторлары бөліп көрсетеді.

1. Беделді тұтыныс.

Беделді немесе ауқатты тұтынудың бірқатар ерекшеліктері бар:

- беделді сұраныс құбылысы Веблен бойынша ауқаттылардың парықсыздығымен тығыз байланысты;
- беделді сұраныс олигархиялық топтарға тән және ол оның беделі мен абыройынан хабардар етеді;
- беделді сұраныс қоғамдық өндіріс үшін ысырапшылдыққа алып келеді;
- беделді сұраныс құбылысы жеке меншікпен және ең алдымен, өндіріс құрал-жабдықтарын иемденумен байланысты;
- ауқатты топ өкілдерінің қоғамдық ысырапшылдығы әмбебап сипатқа ие бола отырып қоғам дамуының «қыр көрсетушілік» және «жыртқыштық» кезеңінің заңды құбылысын сипаттайды.

Қазіргі жағдайларда беделді тұтыныс басқарушылық қызметпен айналысатын індеттік топтарға ғана тән құбылыс емес, сонымен қатар, өндірістік топпен де байланысты болып табылады. Соңғы топтың өкілдері тауарлар мен қызметтерді, соның ішінде, ақпараттық өнімдерді өндірумен байланысты әртүрлі қызмет түрлерімен айналысады. Оның айқын дәлелі ретінде әлемдік табыс табудың көшасшысы, Microsoft компаниясының негізін қалаушы Б.Гейтстің беделді сұранысын айтуға болады.

Беделді сұраныс өндіріс құралдарына нақты меншікті иемденумен қатар, әртүрлі ресурс көздеріне қол жеткізетін іскерлік және жеке байланыстар ретіндегі әлеуметтік капиталды иеленумен де байланысты болып келеді. Шенеуніктер сияқты субъектілердің байлығы осындай байланыстарды игерумен байланысты қалыптасады, олардың тұтынушылық беделді сұранысы (қызметтік шетелдік көліктер, чартерлік рейстер, т.б.) олардың қоғамдық статусын, мүмкіндігін, беделді орнын және билігін көрсетеді.

Беделді сұраныс тек олигархиялық топ өкілдеріне ғана тән құбылыс емес, сонымен қатар, халықтың басқа да орташа тап өкілдеріне, яғни салыстырмалы бай адамдарға да байланысты болып келеді. Беделді сұраныс тіпті төменгі тап өкілдеріне де тән, бірақ ол ерекше сирек жағдайларда (үйлену тойын өткізу) ғана орын алуы мүмкін.

Қаржы саласындағы жұмыскерлердің де тұтынушылық сұранысын беделді сұранысқа жатқызуға болады. Олар қымбат киім-кешек, аяқ киім, шетелдік автокөлік маркалары, жабық спорт клубтарында демалу, атқа міну, гольф ойнау және басқа да сұраныстың түрлерінен көрініс табады.

2. Тұтынушылық несие.

Қазіргі уақытта, әсіресе елімізде тұтыну несиесіне сұраныс тез қарқынмен өсіп келеді және банктер де оны белсенді түрде дамытып келеді. Бұл әртүрлі әдістерден көрініс табады:

- несие желілерінің алуан түрлілігі;

- жаңа өнімдерді өмірге әкелу;
- әртүрлі әділ бағдарламаларды жасау.

Тұтыну несиесін кеңейту үшін банктер үнемі екі негізгі сенімді механизмді қолданады: белгілі бір дүкендердегі тауарлардың өткізілуін несиелеумен айналысу және нақты сауда құрылымдарына қатысы жоқ еркін несие берумен айналысу.

Қазақстанда бүгінгі күні қажеттіліктері мен сұраныстары толығымен қарыз құралдарына тәуелді болып табылатын тұтынушылардың жаңа бөлігі (сегменті) қалыптасып келеді. Көбінесе, несиелердің 45%-ы тұрмыстық техниканы, телефондарды, аудио және бейнетехниканы сатып алу үшін алынады, 20-25%-ы мақсатсыз несиелерге тиесілі, ал қалған үлесін жылжымайтын мүлік бойынша ипотекалық несие мен автонесиелеу теңбе-тең бөліседі [3].

Тұтынушылық несие тұтыну сұранысының негізгі институционалдық детерминантасы ретінде экономикалық субъектілерге нарықтық мінез-құлықтың келесідей нормаларын сақтауға итермелейді:

- қарызға өмір сүру, бұл қазақстандық тұтынушылардың өмір сүру құндылықтарына біртіндеп еніп бара жатқан құбылыс;
- инфляциялық үдерістерге бейімделу;
- тұтынушылық сұранысты қысқа мерзімде ғана кеңейтуге ұмтылу.

Сонымен, тұтыну несиесі институционалдық детерминанта ретінде тұтыну сұранысына оны кеңейту жағына қарай әсер етеді деп айта аламыз. Алайда, құқықтық нормалардың жеткіліксіздігі мен реттеудің экономикалық тетіктерінің дамымағандығы кезінде тұтыну несиесі керісінше, тұтынушылық сұранысты тарылтуы мүмкін, яғни несиеленбейтін тауарларға сұранысты, тіпті басқа нарықтардың тауарлардың сұраныстарын төмендетіп жіберіп мүмкін. Отандық экономикада тұтыну несиесінің кейбір салаларда дамуының кері жақтары болуы мүмкін, яғни несиені уақытылы қайтармау, қаржылық пирамидалар сияқты бірқатар институционалдық тосқауылдар орын алуы мүмкін. Ұзақ мерзімді кезеңдерде тұтыну несиесін қайтармаушылық үлесінің артуы банктік саланың күйреуіне және тұтыну нарығында диспропорцияларға алып келуі мүмкін. Осыны ескере отырып, банктерге барлық факторларды өлшеп барып қана тұтыну несиесін беру қажет және оны мемлекет тарапынан саналы түрде реттеу қажет.

3. Трансакциондық шығындар. Тұтыну сұранысының институционалдық детерминантасы ретінде трансакциондық шығындар тұтынушылардың игіліктерді сатып алу келісімдерімен байланысты болып табылады. Қазіргі экономикалық теория «трансакциялар» арқылы жұмыс істейді. Тұтынушының трансакциялары ең алдымен, тауарлармен айырбас жүргізуді сипаттайды. Осындай айырбастаулар арқылы тұтынушылардың игіліктерді сатып алу тұрғысында меншік құқығын иемдену бойынша қатынастары қалыптасады. Нәтижесінде, белгілі бір трансакцияны іске асырғаннан кейін келісімге қатысушы тұлғалардың әлауқаттылық деңгейлері артады – тұтынушы тауарды сатып ала отырып өз қажеттіліктерін барынша толық қанағаттандырады, ал сатушы өз тауарын сата отырып өз пайдасын арттырады.

Тұтынушылардың трансакциондық шығындарына тұтыну нарығындағы қазіргі институттар – желілік ритейлерлер әсер етеді. Сауда желілері тұтынушылардың трансакциондық шығындарын маңызды түрде қысқарта алады, яғни ақпарат іздеу шығындарын, сатушылармен келіссөздер жүргізуге кететін шығындарды едәуір төмендетеді. Мұнда сатып алушылар мен сатушылардың өзара тәртіптері мен қарым-қатынастарының ережелері нақты анықталған, кез-келген тауарға кез-келген уақытта еркін түрде қол жеткізіледі. Тауарлардың үлкен көлемдегі ассортименті және олардың маркетингтік тұрғыдан дұрыс орнығуы тұтынушылардың тұтынушылық сұраныстарының кеңеюін, олардың жекелеген дүкендерге қарағанда үлкен көлемде тауар сатып ала алуын ынталандырады.

Сауда желілерінің ірі супермаркеттеріндегі тұтынушылық сұраныстың осындай тәртібі «көпшілікке ілесу» әсерімен және игіліктерді сатып алуға уақытты үнемдей алумен байланысты болып келеді.

Қазақстандық тұтыну нарықтарында тұтынушылардың трансакциялары отандық және шетелдік сауда желілерінің өзара бәсекелесу объектісі болып табылады. Қазақстанда желілік ритейлерлердің даму көрсеткіші ел тұрғындарының тұтынушылық талғамдарының бірқатар ерекшеліктерімен байланысты.

Осыған байланысты, қазақстандық экономикада соңғы өнімдерге деген тұтынушылық сұраныстың бірқатар ерекшеліктерін ашып көрсетуге болады:

- тұтынушылық сұраныстың үздіксіз өсіп отыруымен бірге үнемі кейінге қалдырылып отыратын сұраныстың да орын алуы;
- көлеңкелі экономиканың аса маңызды ауқымымен байланысты тұтынушылық шығындар мен табыстардың сәйкессіздігі;
- өте кең диапазондары бар тұтынушылық қалаулармен сипатталатын халық табыстарының едәуір теңсіздігі мен дифференциациясы (қазір елімізде Джини коэффициенті 0,3-ке тең);
- тұтыну құрылымында импорттық тауарлар үлесінің артуы;
- жекелеген тұтынушылардың бағаға деген толеранттылығы, ал ол өз кезегінде Гиффен тауарлары тізімін арттыруға алып келеді;
- тұтынушылардың бір сауда белгісінен екінші бір сауда белгісіне жылдам ауысып отыруы;
- белгілі бір тұтынушылық мәдениеттің қалыптасуы;
- тұтынушылық сұраныс бағытында мінез-құлықтың үнемі өзгеріп отыруы;
- отандық тұтынушылардың беделді сұранысында аймақтық өзгешеліктердің орын алуы.

Қазақстандық экономикада сауда желілерінің дамуына мүмкіндік беретін және әсер ететін макродеңгейдегі және микродеңгейдегі факторлар да бар.

Макроэкономика деңгейіндегі факторлар:

- тұрғындардың орташа жалақыларының және нақты ақшалай табыстарының өсуі;
- Қазақстанның сыртқы сауда айналымының өсуі;
- азық-түлік тауарлары мен тұтыну заттары сияқты ең негізгі сегментті қамтитын тұтынушылық нарықта отандық сауда желілерінің жоғары қарқынмен өсуі;
- қазақстандық нарықты аса қарқынды түрде жаулап келе жатқан шетелдік сауда ритейлерлерінің жоғары бәсекелік қабілеттілікке ие болуы;
- электрондық коммерция саласында сауда желілері қызметінің негізін құрайтын IT-технологиялардың қарыштап дамуы.

Микроэкономика деңгейіндегі факторлар:

- желілік емес ритейлер-фирмалардың бәсекелік қабілеттілігінің салыстырмалы әлсіздігі;
- басқа елдерде кеңінен таралған бизнесті жүргізудің әртүрлі формалары мен үлгілерін белсенді түрде қолданып соларды сырттан импорттау;
- өндірісті ұйымдастыру, басқару, қызметкерлерді ынталандыру, инвестициялау, табыс таба білу бойынша желілік ритейлер ретінде қатысатын фирмалардың көп пайдаға кенелуі.

Сонымен, тұтынушылардың трансакциондық шығындарына тікелей әсер ететін, қазіргі уақытта өзінің өміршеңдігін дәлелдеп үлгерген және дамудың аса жоғары әлеуетіне ие болып отырған сауда желілері немесе ритейлерлік желілер бүгінгі күні тұтыну нарығының аса дамыған заманауи инфрақұрылымдық институты болып табылады.

Қорытындысында мынаны айтуға болады, яғни тұтыну теориясы микроэкономиканың аса маңызды бөлімдерінің біріне жатады және тұтынушылық таңдау мен тұтынушылық сұраныс теориясының қыр-сырын зерттеу арқылы біз қандай да бір нақты тауарлар мен қызметтерге сұраныстардың қалыптасу үдерістерін қарастыруға мүмкіндік аламыз.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТ

1. Ғабит Ж.Х., Доғалов А.Н., Досмағанбетов Н.С. Микроэкономика: экономикалық мамандықтарға арналған оқулық/ – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2010. – 281 б.
2. Деминг У. Эдвард. Новая экономика. М.: Эксмо, 2006.
3. www.stat.kz

УДК 65.28

Б-18

СЛОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ПО ПЕРЕХОДУ К «ЗЕЛеной ЭКОНОМИКЕ» В РК

Байғарашева Балнұр Мұхтарқызы

honeybeam@mail.ru

Студентка 3 курса специальности “Финансы”

Экономического факультета

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – к.э.н., доцент Берстембаева Р.К.

«Зеленая экономика» - относительно новое понятие, сложившееся примерно в последние двадцать лет. Актуальность данной темы приобретает все большие обороты в свете необходимости принятия кардинальных решений со стороны мировой общественности относительно сложной экологической обстановки, существующей на данный момент. Помимо этого, непростые экономические условия подтолкнули некоторые страны мира к переосмыслению ценностей и выбору нового альтернативного пути развития. Примером этого могут послужить развитые страны Европы, Южная Корея, принявшая концепцию «зеленого роста» в качестве национальной стратегии, Япония, Китайская Народная Республика и т.д.

На данный момент экологическая обстановка в стране неблагоприятна и нуждается в кардинальных преобразованиях. Казахстан находится на втором месте по общему объему загрязнений окружающей среды органическими веществами среди стран Центральной и Восточной Европы и Центральной Азии, на 3 месте по объему выбросов парниковых газов в атмосферу среди стран СНГ и на 1 месте по этому же показателю среди стран Центральной Азии. Причинами такой экологической обстановки в стране послужили различные факторы: специфика традиционной системы экономического развития, экспортно-сырьевая ориентированность Казахстана, высокий удельный вес энергоемких, вредных для окружающей среды отраслей и т.д. [1].

Одной из наиболее серьезных проблем является высокая энергоемкость ВВП РК. В настоящее время этот показатель составляет 1,9. Для сравнения, энергоемкость ВВП Беларуси — 1,17, энергоемкость ВВП Японии - 0,1. По оценке экспертов, столь высокая энергоемкость ВВП РК приводит к упущенной выгоде в 4-8 млрд. долларов США в год для экономики. При этом потенциал экономии энергопотребления составляет 3-4 млрд. долларов США в год. Высокий показатель энергоемкости ВВП Казахстана является результатом значительного износа основных фондов, отставания в развитии инфраструктуры, снижения инвестиций в обновление оборудования, высоких объемов добычи природных энергоресурсов и т.п. [2].

Во всех основных секторах наблюдается неэффективное использование ресурсов. По оценке экспертов, это приводит к упущенной выгоде в 4-8 млрд. долларов США в год для экономики, а к 2030 году может составить до 14 млрд. долларов США. При этом потенциал экономии энергопотребления составляет 3-4 млрд. долларов США в год, а к 2030 году эта