

ҚАРАҒАНДЫ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК

КАРАГАНДИНСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 0142-0843

ЭКОНОМИКА сериясы
№ 2(70)/2013
Серия ЭКОНОМИКА

Сәуір–мамыр–маусым
1996 жылдан бастап шығады
Жылына 4 рет шығады

Апрель–май–июнь
Издается с 1996 года
Выходит 4 раза в год

Собственник РГП

Қарагандинский государственный университет
имени Е.А.Букетова

Бас редакторы — Главный редактор

Е.К.КУБЕЕВ,

академик МАН ВШ, д-р юрид. наук, профессор

Зам. главного редактора — Х.Б.Омаров, д-р техн. наук

Ответственный секретарь — Г.Ю.Аманбаева, д-р филол. наук

Серияның редакция алқасы — *Редакционная коллегия серии*

Р.С.Каренов,	редактор д-р экон. наук;
В.И.Герасимчук,	д-р экон. наук (Украина);
А.А.Кочурбаева,	д-р экон. наук (Кыргызстан);
Л.А.Родина,	д-р экон. наук (Россия);
Ладислав Тылл,	д-р PhD (Чехия);
Р.К.Андарова,	д-р экон. наук;
Ж.М.Шакина,	д-р экон. наук;
Б.С.Есенгельдин,	д-р экон. наук;
Б.А.Ахметжанов,	д-р экон. наук;
А.Д.Дюсембаев,	д-р экон. наук;
С.К.Ержанова,	ответственный секретарь
	канд. экон. наук

Редакторы *Ж.Т.Нұрмұханова*
Редактор *И.Д.Рожнова*
Техн. редактор *А.М.Будник*

Издательство Карагандинского
государственного университета
им. Е.А.Букетова
100012, г. Караганда,
ул. Гоголя, 38,
тел.: (7212) 51-38-20
e-mail: izd_kargu@mail.ru

Басуға 26.06.2013 ж. қол қойылды.
Пішімі 60×84 1/8.
Офсеттік қағазы.
Көлемі 18,87 б.т.
Таралымы 300 дана.
Бағасы келісім бойынша.
Тапсырыс № 925.

Подписано в печать 26.06.2013 г.
Формат 60×84 1/8.
Бумага офсетная.
Объем 18,87 п.л. Тираж 300 экз.
Цена договорная. Заказ № 925.

Отпечатано в типографии
издательства КарГУ
им. Е.А.Букетова

Адрес редакции: 100028, г. Караганда, ул. Университетская, 28

Тел.: 77-03-69 (внутр. 1026); факс: (7212) 77-03-84.

E-mail: vestnick_kargu@ksu.kz Сайт: <http://www.ksu.kz>

© Карагандинский государственный университет, 2013

Зарегистрирован Министерством культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан.

Регистрационное свидетельство № 13112–Ж от 23.10.2012 г.

МАЗМҰНЫ

ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ ШЕҢБЕРІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АЙМАҚТАРЫ МЕН САЛАЛАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Логистикалық менеджмент — материалдық және ақпараттық ағындарды басқару туралы жаңа пән және ғылым	4
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Таиенова Л.В.</i> Солтүстік және Оңтүстік Америка елдерінің туристік-рекреациялық әлеуетін зерттеу.....	17
<i>Тілеубердинова А.Т., Үсенов М.М., Үсенова Д.М.</i> Қазақстан Республикасында қонақ үй шаруашылығының бәсекеқабілеттілігін талдау	28
<i>Алыев И., Мамед-заде Э.</i> Жаһандану жағдайында Әзербайжан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бағыттары	39
<i>Бнтымақова А.Т.</i> Қоршаған ортаны қорғау саласында мемлекеттік басқарудың шетел тәжірибесін талдау	46

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

<i>Шаекина Ж.М.</i> Қазақстан Республикасындағы экскурсиялық туризмнің көрсеткіштерін бағалау	51
<i>Притворова Т.П., Бектлеева Д.Е.</i> Мүгедектерді сауықтыруға арналған жартылай стационар түріндегі мекемелер желісі үшін нормативтерді анықтаудың әдістемелік әдіс-амалдары..	62
<i>Садуов А.Ж., Нұрсұлтан Д.Т.</i> Туристік фирманың бизнесін, миссиясын және мақсаттарын анықтау	70

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Кәсіпкерліктегі заманауи менеджменттің негізгі функцияларын жүзеге асыру тәсілдері және құралдары	76
<i>Қазбеков Т.Б.</i> Кәсіпорындағы әкімшілік менеджменттің рөлі және қызметтері	88
<i>Нұрпейісов Б.Г.</i> Кәсіпорын қызметін басқару түрі ретіндегі дағдарысқа қарсы менеджменттің рөлі мен маңызы	95

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

<i>Каренов Р.С.</i> Логистический менеджмент — новая дисциплина и наука об управлении материальными и информационными потоками ..	4
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Таиенова Л.В.</i> Изучение туристско-рекреационного потенциала стран Северной и Южной Америки	17
<i>Aizhan T.Tleuberdinova, Manas M.Ussenov, Dana M.Ussenova.</i> Analysis of the competitiveness of hotels in the Republic of Kazakhstan	28
<i>Алыев И., Мамед-заде Э.</i> Направления обеспечения продовольственной безопасности Азербайджанской Республики в условиях глобализации	39
<i>Бнтымақова А.Т.</i> Анализ зарубежного опыта государственного управления в сфере охраны окружающей среды	46

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

<i>Шаекина Ж.М.</i> Оценка показателей экскурсионного туризма в Республике Казахстан.....	51
<i>Притворова Т.П., Бектлеева Д.Е.</i> Методические подходы к определению нормативов сети организаций полустационарного типа для реабилитации инвалидов	62
<i>Садуов А.Ж., Нұрсұлтан Д.Т.</i> Определение бизнеса, миссии и целей туристской фирмы	70

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

<i>Каренов Р.С.</i> Методы и инструменты осуществления основных функций современного менеджмента в предпринимательстве	76
<i>Казбеков Т.Б.</i> Роль и функции административного менеджмента на предприятии.....	88
<i>Нурпейсов Б.Г.</i> Роль и значение антикризисного менеджмента как разновидности управления деятельностью предприятия	95

<i>Ланцев Д.А.</i> Ынталандыру заманауи менеджменттің қызметі ретінде 101	<i>Ланцев Д.А.</i> Стимулирование как функция современного менеджмента 101
<i>Қалықов А.К.</i> Басқаруға дәстүрлі және логистикалық тұрғыдан қараудың салыстырмалы сипаттамасы 107	<i>Калыков А.К.</i> Сравнительная характеристика традиционного и логистического подходов к управлению 107
ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ	
<i>Бисеков А., Бекболатова А., Әлімбеков Д.</i> Қазақстан Республикасында туризм саласының дамуына дисперсиондық талдау 114	<i>A.Bissekov, A.Bekbulatova, D.Alimbekov.</i> Dispersion analysis of development of tourism sector in the republic of Kazakhstan 114
<i>Базарова С.К., Рақымжанова Т.К.</i> Лизингтік мүлікпен ұштасатын тәуекелдерді басқару..... 122	<i>Базарова С.К., Рахымжанова Т.К.</i> Управление рисками, сопряженными с лизинговым имуществом 122
ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ	
<i>Абаев А.А.</i> Заманауи шаруашылық ортадағы қаржылық менеджменттің рөлі және орны 130	<i>Абаев А.А.</i> Роль и место финансового менеджмента в современной хозяйственной среде..... 130
ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ	
<i>Қазбеков Т.Б., Каренов К.М.</i> Жобалық талдаудың мәні, құрылымы және қолдану аясы 136	<i>Казбеков Т.Б., Каренов К.М.</i> Сущность, структура и назначение проектного анализа..... 136
<i>Оспанов Г.М.</i> Әлемдік туризмнің даму рейтингінде Қазақстан Республикасының орны ... 144	<i>Оспанов Г.М.</i> Место Республики Казахстан в мировом рейтинге развития туризма..... 144
АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР 150	СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ..... 150

ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ ШЕҢБЕРІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АЙМАҚТАРЫ МЕН САЛАЛАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

УДК 338.24:658.7

Р.С.Каренов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Логистический менеджмент — новая дисциплина и наука об управлении материальными и информационными потоками

Рассмотрены история возникновения, значение и место логистического менеджмента. Изложены его концептуальные и понятийно-терминологические основы. Проанализированы основные и обеспечивающие подсистемы в системе логистического менеджмента. Доказано, что ключевой идеей, лежащей в основе логистического подхода к организации и управлению экономической деятельностью, является интеграция. Изучены виды логистических систем в менеджменте. Раскрыта эволюция организационных структур логистической деятельности на предприятиях. Сделан вывод о логистике будущего.

Ключевые слова: концепция, логистика, менеджмент, цель, признак, подсистемы, взаимосвязь, поток, склады, оптимизация, сервисная логистика, логистические системы.

Концепция логистики в общей теории менеджмента

По мере развития казахстанской экономики все большую актуальность приобретают производственные процессы, ориентированные на удовлетворение разнообразных потребностей рынка. Эффективную реализацию этих процессов способны обеспечить логистические методологии, позволяющие оптимизировать всю цепь товарных поставок: от материально-технического обеспечения до распределения продукции и послепродажной поддержки.

Исторически можно проследить две основные трактовки термина «логистика» [1; 8, 9].

Первая связана с применением логистики в военной области. По-видимому, толчком к развитию военной логистики послужили фундаментальные работы известного военного теоретика XIX в. барона А.А.Жомини (1779–1869), в которых он определял логистику как практическое искусство управления войсками, включающее широкий круг вопросов, связанных с планированием, управлением и снабжением, определением мест дислокации войск, транспортным обслуживанием армии и т.п.

В 1884 г. Американский институт военно-морского флота ввел понятие «логистика» для нужд навигации. Широкое развитие принципы логистики получили в годы Второй мировой войны в процессе решения задач материально-технического обеспечения американской армии, дислоцированной в Европе, а также организации взаимодействия между поставщиками вооружения и продовольствия, транспортом и войсками.

Параллельно с практическим применением во многих странах, прежде всего в США и СССР, развивается теория военной логистики, которая определяет логистику как науку о планировании и управлении перемещением и материально-техническим снабжением войск.

Вторая трактовка логистики как математической логики использовалась в работах знаменитого немецкого математика Г.Лейбница (1646–1716). Данное значение термина было закреплено на философском конгрессе в Женеве в 1904 г.

Указанные основные трактовки понятия «логистика» имеются в настоящее время практически во всех европейских языках.

Сложность и многоступенчатость современного производства требуют четкой взаимосвязи различных элементов (этапов) жизненного цикла продукции в пространстве и во времени. Эту задачу решает логистика, понимаемая как наука управления движением материальных, финансовых и информационных потоков от первичного источника до конечного потребителя на стадиях закупки, складирования, производства и реализации продукции [2; 76].

В концепции же менеджмента под логистикой понимают совокупность способов и методов управления товарными потоками с тем, чтобы, с одной стороны, добиться минимизации издержек, а с другой — повысить уровень организации снабженческой деятельности, эффективности движения товарных потоков. В узком смысле под логистикой понимают организацию деятельности на фирме: а) по доставке требуемого сырья для нужд производства; б) по продвижению (доставке) готовой продукции к потребителю. В целом в концепции логистики основная роль придается транспорту как связующему звену в единой технологической цепочке: снабжение — производство — сбыт [3; 468].

Логистика включает в себя следующие основные понятия (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Основные понятия логистики

Понятия	Содержание
Логистический процесс	Скоординированная во времени и пространстве последовательность логистических операций с целью обеспечения потребителя продукцией нужного ассортимента и качества в необходимом количестве, в заданное время и место
Логистическая операция	Самостоятельная часть логистического процесса, выполняемая на одном этапе жизненного цикла продукции
Логистическая цепочка	Последовательность логистических операций, находящаяся под единым контролем
Материальный поток	Процесс прохождения материальных ресурсов по отдельным этапам логистической цепочки
Финансовый поток	Путь, проходимый финансовыми средствами в целях обеспечения нормального функционирования корпорации
Информационный поток	Упорядоченная во времени и по объему совокупность информации, используемой логистической системой
Логистические издержки	Совокупность затрат на выполнение логистических операций (транспортировка, складирование, хранение, передача данных и т.п.)

Примечание. Использованы данные работы [2; 77].

Логистический процесс протекает при условии так называемых «8 правил логистики»:

- 1) ПРОДУКТ — нужный продукт;
- 2) КАЧЕСТВО — необходимого качества;

- 3) СТОИМОСТЬ — с требуемым уровнем затрат;
- 4) ПОТРЕБИТЕЛЬ — доставлен нужному потребителю;
- 5) КОЛИЧЕСТВО — в необходимом количестве;
- 6) ВРЕМЯ — в нужное время;
- 7) МЕСТО — в нужное место;
- 8) ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОСТЬ — система обслуживания разрабатывается для каждого отдельного заказа.

Цель логистической деятельности считается достигнутой, если выполнены перечисленные выше правила, т.е. нужный продукт необходимого качества доставлен с требуемым уровнем затрат нужному потребителю в необходимом количестве, в нужное время и в нужное место [4; 8].

Объектами логистики являются товары, личности, информация, технологии, энергия, финансы. Предметом логистики выступают потоки, создаваемые движением и трансформацией этих объектов в процессе бизнес-предпринимательства. Применение логистики обеспечивает нахождение оптимума между максимально возможным уровнем обеспечения сервиса поставки товара потребителю и необходимыми для этого затратами человеческих, материальных и информационных ресурсов (рис. 1).

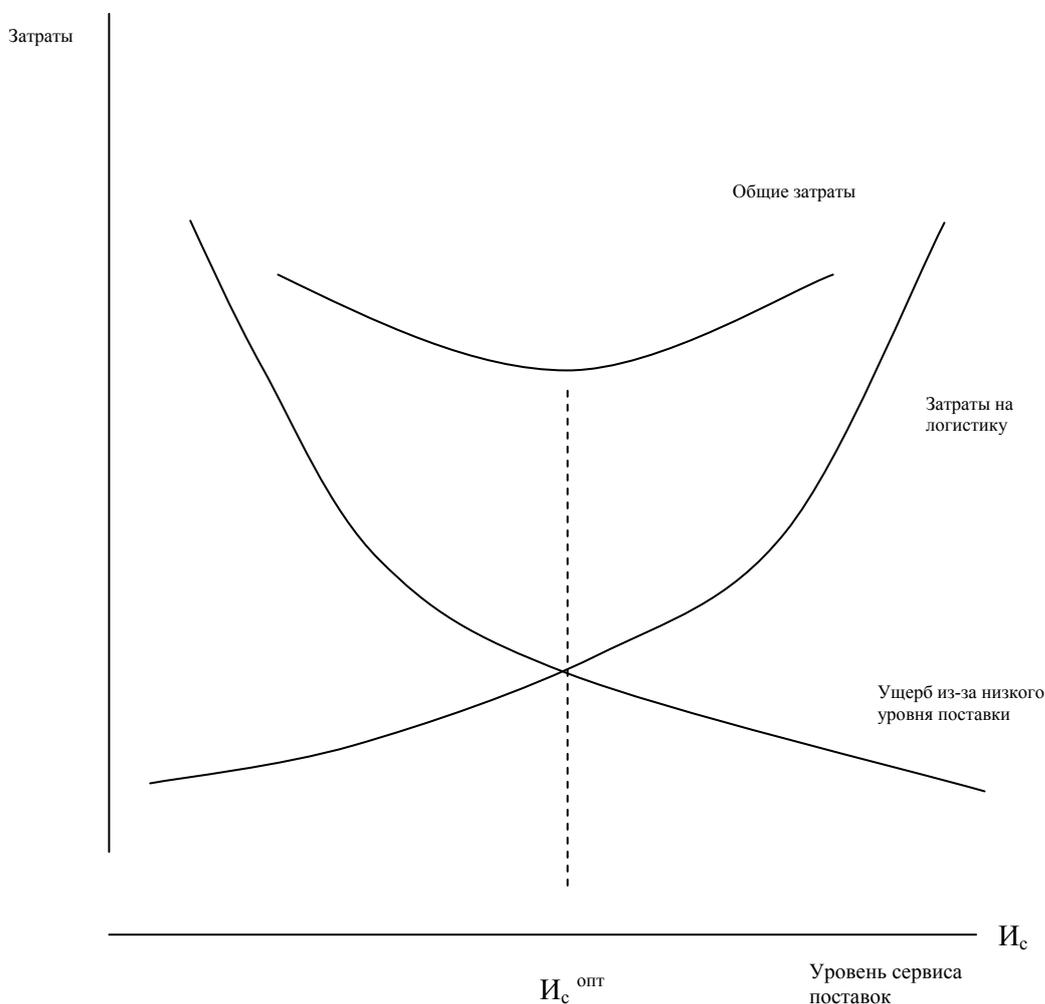


Рисунок 1. Характер зависимости между затратами на логистику и сервисом поставок товаров (данные работы [5; 401])

По производственному признаку различают следующие виды логистики.

Микрологистика охватывает границы одного предприятия. Макрологистика распространяется на народное хозяйство или на экономический район страны. Металогистика — на отдельные региональные образования, их системы снабжения и каналы распределения.

Основные и обеспечивающие подсистемы в системе логистического менеджмента

Развитие теории общего менеджмента подразумевает появление и последующее обособление все большего количества новых научных направлений в этой области, что является вполне объективной тенденцией любого развития. Так появились и успешно функционируют в качестве отдельных научных направлений: маркетинг, функциональный менеджмент, реинжиниринг бизнес-процессов и пр. В настоящее время (а точнее, с конца 70-х – начала 80-х годов XX в. и по настоящее время) особую актуальность имеет и продолжает развиваться более высокими темпами так называемый логистический менеджмент.

Схема взаимосвязи основных и обеспечивающих подсистем в системе логистического менеджмента представлена на рисунке 2.

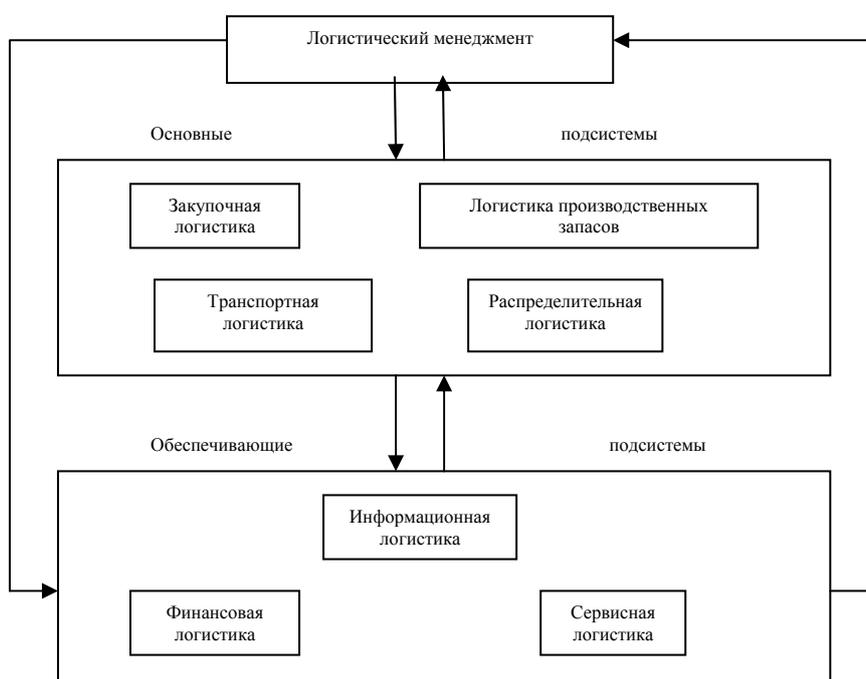


Рисунок 2. Взаимосвязь основных и обеспечивающих подсистем в системе логистического менеджмента (данные работы [6; 16])

Охарактеризуем подробно взаимосвязь основных и обеспечивающих подсистем в системе логистического менеджмента:

1. Заготовительная (закупочная) логистика связана с оптимизацией всех потоков, которые имеют место в процессе закупки и поставки сырья, материалов, топлива и других продуктов, необходимых для производства товаров [5; 403].

На этом этапе выбираются поставщики, заключаются договоры и контролируется их исполнение, принимаются меры в случае нарушения условий поставки. Любое производственное предприятие располагает службой, которая осуществляет перечисленные функции.

Границы деятельности закупочной логистики определяются условиями договора с поставщиками и функциями службы снабжения внутри предприятия (рис. 3, а).

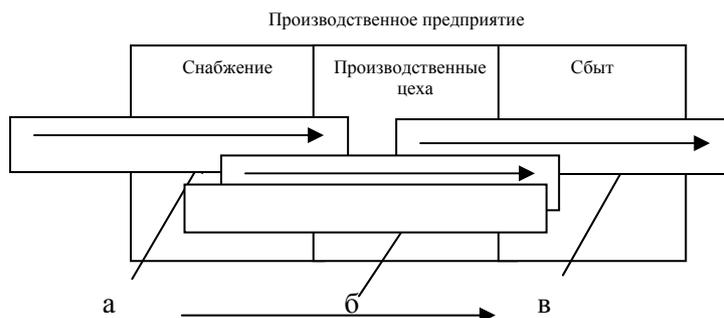


Рисунок 3. Участки материального потока, на которых решаются задачи:
а) закупочной; б) производственной; в) распределительной логистики (данные работы [7; 57])

В процессе управления материальным потоком внутри производственного предприятия в основном решаются задачи производственной логистики. Она тесно взаимодействует со сферами закупок материалов и распределения готовой продукции. Однако основной круг задач в этой области — управление материальными потоками в процессе осуществления именно производства (рис. 3, б).

2. При управлении материальными потоками в процессе реализации готовой продукции решаются задачи распределительной логистики. Их решением занимаются как производственные предприятия, так и предприятия, осуществляющие торгово-посредническую деятельность.

Реализация функции распределения на производственном предприятии иначе называется сбытом продукции. В сферу внимания распределительной (сбытовой) логистики материальный поток попадает, еще находясь в производственных цехах (рис. 3, в).

3. Логистика систем передвижения (транспортная логистика). При управлении материальными потоками на транспортных участках решаются специфические задачи транспортной логистики. Совокупный объем транспортной работы, выполняемой в процессе доведения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя, можно разделить на две большие группы (примерно равные) [7; 57]:

- а) работа, выполняемая транспортом, принадлежащим специальным транспортным организациям (транспорт общего пользования);
- б) работа, выполняемая собственным транспортом всех остальных (нетранспортных) предприятий.

Однако приоритетным объектом изучения в этом разделе является материальный поток, возникающий в процессе перевозок транспортом общего пользования.

4. Логистика складирования (логистика производственных запасов). Перемещение материальных потоков в логистической цепи невозможно без концентрации в определенных местах необходимых запасов, для хранения которых предназначены соответствующие склады.

Склады — это здания, сооружения и разнообразные устройства, предназначенные для приемки, размещения и хранения поступивших на них товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителю [8; 294].

Для устранения затоваривания складских запасов у покупателя при поставках используются следующие формы договоров [9; 600, 601]:

а) хранение поставляемых товаров на складе поставщика предполагает обязательство поставщика поддерживать на находящихся в его распоряжении складских площадях оговоренный уровень запаса поставляемых товаров. Складируемые товары хранятся либо на территории предприятия поставщика, либо на отдельно оборудованных складских площадях, принадлежащих поставщику или арендованных им для этих целей. Покупатель сообщает поставщику незадолго до наступления даты поставки нужный ему объем товаров. Поставщик осуществляет поставку и пополняет запасы на складе до оговоренного уровня;

б) складские помещения могут также располагаться на территории покупателя или в непосредственной близости от нее. Такой склад называется консигнационным. Покупатель забирает товары со склада в необходимых количествах и в удобные ему сроки. Размер списаний товаров со склада за определенный период суммируется и затем на потребный объем оформляется заказ поставщику. Последний пополняет запас товаров на складе до заранее оговоренного уровня. Как правило, на постав-

щике лежат обязанности по обеспечению сохранности товаров на складе, их страхованию и осуществлению аналогичных складских работ. Поэтому консигнационный склад чаще всего оборудуется отдельно от прочих складских площадей и учет операций на нем ведется обособленно;

в) при поставках по принципу «точно-вовремя» складирование товаров в договоре не фиксируется. Японская система «точно-вовремя» прежде всего нацелена на минимизацию складских помещений и изготовление продукта непосредственно к моменту его продажи. Японские судостроители постарались извлечь из этого максимальную выгоду, сократив производственные запасы стальных изделий с месячной до трехдневной нормы и по существу в десять раз уменьшив нагрузку на склады. Идея была подхвачена другими компаниями — производителями конечной продукции, которые стали предусматривать в договорах со своими поставщиками внедрение системы «точно-вовремя» и именно по этому критерию отбирать себе поставщиков [10; 337].

Следует учитывать, что, работая по системе «точно-вовремя», производитель имеет дело с издержками двух видов: издержки от складирования (нарастающие практически пропорционально величине партии изделий, находящейся в запасе) и издержки выполнения нового заказа, связанные с требуемой для этого переналадкой оборудования (рис. 4).

Оптимальный для производителя размер заказа находится там, где кривая совокупных издержек проходит нижнюю точку.

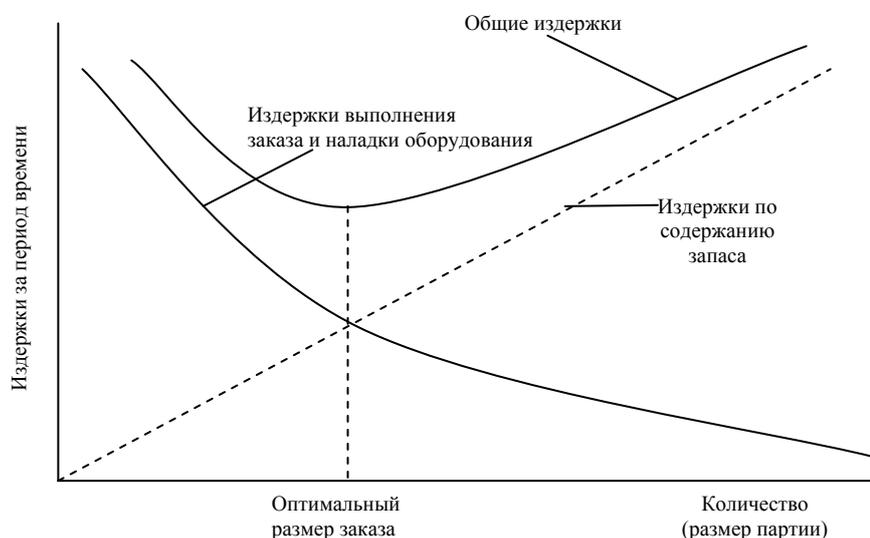


Рисунок 4. Оптимизация размера заказываемой партии товара (данные работы [10; 340])

5. Финансовая логистика призвана обеспечивать финансовыми ресурсами движение товарных потоков. При этом указанное обеспечение должно отвечать следующим требованиям [2; 86]:

- быть требуемого объема;
- осуществлять движение товарных потоков в установленные сроки;
- базироваться на наиболее эффективных источниках финансирования.

Самый простой вариант финансового потока — покупатель перечисляет продавцу денежные средства в качестве оплаты за предоставленную продукцию.

Наряду с этим рыночные условия предоставляют компаниям возможность использовать в качестве источника финансирования ценные бумаги и их производные инструменты (векселя, государственные облигации и др.).

6. Информационная логистика может рассматриваться как функциональная область логистического менеджмента и как самостоятельная область в системе управления организацией. Эти два подхода ни в коей мере не являются противоречивыми и могут трактоваться в качестве определений информационной логистики в широком и узком смысле слова [6; 16, 17].

В первом случае информационная логистика является обеспечивающей функциональной областью логистического менеджмента или общей теории логистики. Объектом ее изучения являются информационные потоки, сопутствующие материальным потокам, а основная цель — обеспечение

логистических систем информацией в нужные сроки, в нужном объеме и в нужном месте. Во втором случае информационная логистика, как ее определили К.Хэссиг и М.Арнольд, является системой, обеспечивающей информацией всю организацию в целом исходя из логистических принципов.

Информационная логистика реализуется в рамках глобальных вычислительных сетей (например, в рамках Интернета).

7. Сервисная логистика. Впервые в сферу интересов логистики сервисные (нематериальные) потоки попали в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого столетия. Безусловно, это имело принципиальное значение для развития логистических подходов в индустрии сервисных услуг, так как все предыдущие десятилетия объектом изучения и оптимизации в логистике были только материальные потоки [11; 172].

С точки зрения логистики сервисное обслуживание продукции представляет собой совокупность функций и видов деятельности всех подсистем предприятия, обеспечивающих связь «предприятие-потребитель» в разрезе каждого материального и информационного потока по показателям номенклатуры, качества, количества, цены, места и времени поставляемой продукции в соответствии с требованиями рынка [12; 337].

Ключевой идеей, лежащей в основе логистического подхода к организации и управлению экономической деятельностью, является интеграция. Обусловлено это тем, что потоки материалов, ресурсов, финансов и информации, существующие сами по себе, на технически самостоятельных этапах и стадиях деятельности могут быть взаимосвязаны посредством общей системы управления, что может дать существенный экономический эффект.

Современные логистические системы в менеджменте

Логистическая система (ЛС) — это совокупность элементов (звеньев), находящихся в отношениях и связях между собой и образующих определенную целостность, предназначенную для управления потоками [1; 28].

Звено логистической системы — функционально обособленный объект, не подлежащий дальнейшей декомпозиции в рамках построения логистической системы, выполняющий свою локальную цель, связанную с определенными логистическими функциями и операциями.

Звенья логистической системы могут быть трех основных типов: генерирующие, преобразующие и поглощающие материальные и сопутствующие им информационные и финансовые потоки. Часто встречаются смешанные звенья ЛС, в которых указанные три основных типа звеньев комбинируются в различных сочетаниях. В звеньях логистической системы материальные (информационные, финансовые) потоки могут сходить, разветвляться, дробиться, изменять свое содержание, параметры, интенсивность и т.п. В качестве звеньев ЛС могут выступать предприятия-поставщики материальных ресурсов, производственные предприятия и их подразделения, сбытовые, торговые, посреднические организации разного уровня, транспортные и экспедиционные предприятия, биржи, банки и другие финансовые учреждения, предприятия информационно-компьютерного сервиса и связи и т.д. [1; 28].

Различают следующие виды логистических систем [13; 16]:

1. Гибкая ЛС — это система, в которой доведение материального потока до потребителя осуществляется как по прямым связям, так и с участием посредников.

2. Логистическая система с прямыми связями — система, в которой материальный поток доводится до потребителя без участия посредников, на основе прямых хозяйственных связей.

3. Эшелонированная, многоуровневая ЛС выстраивает материальный поток на пути от производителя к потребителю таким образом, что в нем участвует, по крайней мере, один посредник.

В последние годы разработаны новые ЛС, ориентированные на потребности производства [13; 18, 19]:

1. Система поставки «точно в срок» (just in time) означает, что резервные запасы, создаваемые на стыках процессов, резко сокращаются в целях увеличения производительности и повышения качества (производится и перевозится только то, что необходимо в данный момент времени).

2. Система «канбан» предполагает, что на все производственные участки, включая линию конечной сборки, строго по графику поставляется именно то количество сырья и материалов, которое действительно необходимо для выпуска только запланированного количества продукции.

3. Планируемая программа доставки (SDP — System of Delivery Planning) — усовершенствованная система «точно в срок» — представляет собой систему планирования потребностей в материалах и прогнозирования их количества.

4. Система DRP (Distribution Requirements Planning) — система управления распределением продукции. Главное в ней — контроль состояния запасов, расчет величины заказа, формирование связей производства, снабжения и сбыта, планирование перевозок.

5. Система LRP (Logistic Requirement Planning) — система планирования и контроля входного, внутреннего и выходного материального потока на уровне предприятия.

6. Метод быстрого реагирования (QRM- Quick Response Method) — система планирования и регулирования поставок товаров на предприятия розничной и оптовой торговли.

В своей практической деятельности компании применяют различные сочетания этих систем.

Теория и практика менеджмента в логистической системе

Для эффективного функционирования логистики должна быть создана организация, в которой осуществляется деятельность логистов — менеджеров.

Логистическую организацию (компанию) следует рассматривать как модель, показывающую взаимоотношения внутренних переменных (цели, структура, задания, технология и люди), так и ее взаимосвязь с внешней средой. Последняя разделена на две группы: силы прямого и косвенного воздействия.

Во внутренней среде главной переменной является цель, которая тесно связана с миссией (от латинского — поручение). Миссия логистики — это поручение организации (компании) выполнять логистические цели.

Для того чтобы организация могла успешно работать, ею необходимо управлять. Управление следует рассматривать как циклический процесс, состоящий из конкретных видов управленческих работ, называемых функциями управления:

1. Функция планирования предполагает решение о том, какие должны быть цели логистической организации и что должны делать ее члены, чтобы достичь этих целей. По сути, это подготовка сегодня к определению того, что требуется к завтрашнему дню и как этого добиться. План должен представлять социально-экономическую модель будущего состояния логистической организации.

Основой для разработки логистической системы является оперативное планирование. В оперативных планах разрабатываются стандарты логистической деятельности, описание работ и т.п.; они вписываются в такую систему, при которой каждый направляет свои усилия на достижение общих и главных целей логистической организации.

2. Функция организации состоит в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями логистической организации, определении порядка и условий функционирования. Это процесс объединения людей и средств для достижения поставленных логистической организацией целей.

3. Важной функцией управления логистикой является мотивация. Мотивировать сотрудников — затронуть их важные интересы, дать им шанс реализовать себя в процессе трудовой деятельности. Мотивация — это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личностных целей и целей организации.

4. Контроль — это процесс соизмерения (сопоставления) фактически достигнутых результатов с запланированными.

В процессе контроля можно получить ответы на следующие вопросы: чему мы научились? Что в следующий раз следует делать? В чем причина отклонений от намеченного? Какое воздействие контроль оказал на принятие решений? Было ли воздействие контроля позитивным или негативным? Какие выводы следует сделать для выработки новых целей?

Эволюция организационных структур логистической деятельности в компаниях (на предприятиях)

Основными задачами логистики являются [2; 77]:

- анализ рынка и оценка спроса и предложений;
- формирование эффективных хозяйственных связей;
- определение потребности в материальных ресурсах;
- определение схемы перевозок, необходимого транспорта и складов;
- выбор поставщиков и потребителей;
- рациональная организация материальных потоков;
- регулирование запасов.

Для успешного решения указанных задач должна существовать определенная организационная структура логистической компании (организационные структуры управления логистическими системами).

Исследования эволюции организационных структур логистической деятельности в компании показали, что они, как правило, проходят в своем развитии три стадии [14; 54].

Первая стадия — это структура традиционного плана. Основная функция логистики на этом этапе — доставка продукции какой-либо компании в розничную сеть. На этой стадии логистические функции расплывлены между различными подразделениями, однако появляются тенденции к объединению логистических функций в организационные подсистемы.

На второй стадии к доставке продукции в розничную сеть добавляются и другие: организация хранения на складах, оптимизация запасов, обслуживание клиентуры и т.д. Вторая стадия характерна не только расширением логистических функций, но и объединением большинства логистических операций и созданием процесса доставки товаров по заказам клиентуры.

Третья стадия — это полный набор логистических действий, включая построение логистических систем; участие в планировании производства и прогнозировании продаж; организация закупок сырья и полуфабрикатов для предприятия; организация поставок товаров за рубеж. Как правило, на этой стадии происходит объединение всех логистических операций, как по доставке сырья и полуфабрикатов, так и поставок готовой продукции в розничную сеть.

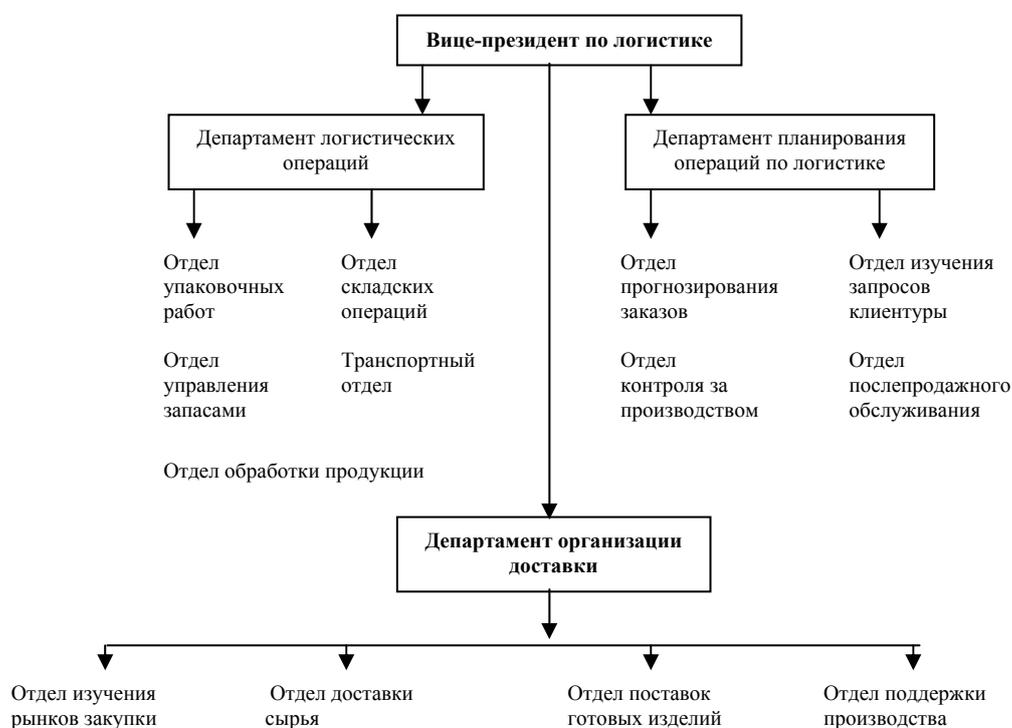


Рисунок 5. Пример организационной структуры логистической компании (данные работы [14; 55])

В настоящее время управление системой логистики осуществляется централизованно или, наоборот, может быть децентрализовано на уровне отделов. Управленческая ответственность может быть разделена между различными организационными подразделениями или может быть сконцентрирована у одного управляющего распределением.

Пример организационной структуры логистической компании представлен на рисунке 5.

Традиционные организационные структуры управления логистическими системами представлены на рисунках 6–8.



Рисунок 6. Линейная оргструктура управления ЛС (данные работы [2; 78])

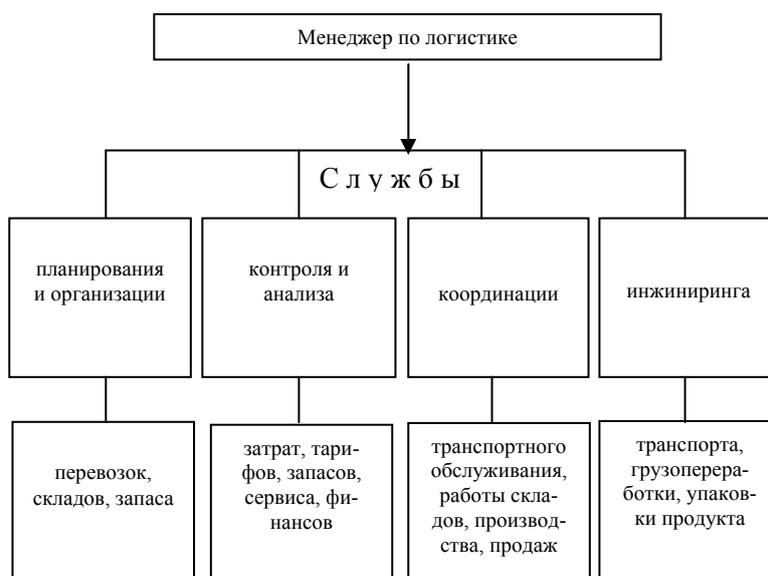


Рисунок 7. Штабная оргструктура управления ЛС (данные работы [2; 78])

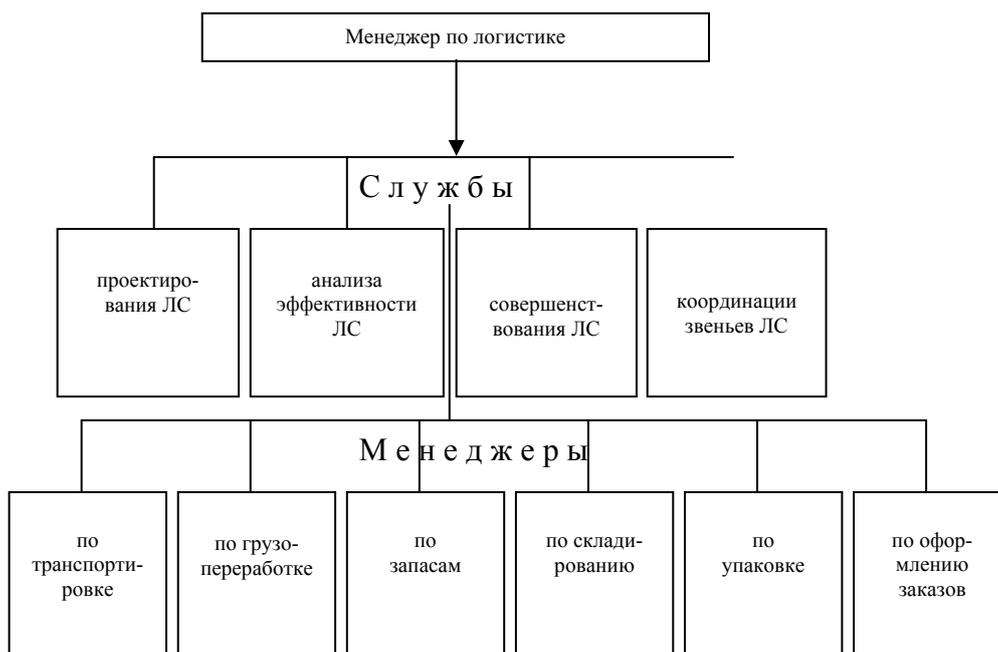


Рисунок 8. Линейно-штабная оргструктура управления ЛС (данные работы [2; 78])

Современный бизнес характеризуется тенденцией постепенного перехода от вертикальных к горизонтальным моделям организационных структур управления логистическими системами (рис. 9).



Рисунок 9. Типовая горизонтальная оргструктура управления ЛС (данные работы [2; 79])

Они отличаются:

- проектной или процессной ориентацией;
- более широкими возможностями использования функционального персонала компании;
- вовлечением потребителей в процесс принятия решений;
- упорядоченной иерархичностью;
- поощрением инициативы персонала.

Логистика будущего

Видение будущего в логистике можно свести к трем основным направлениям; 1) глобальная логистика; 2) логистика «строительного производства»; 3) интеграция предприятий (организаций) Казахстана в мировую логистическую сеть. Первые два направления имеют общемировое значение, третье — это проблема Республики Казахстан.

Под термином «глобальная логистика» понимаются стратегия и тактика создания, как правило, устойчивых макрологистических систем, связывающих бизнес-структуры различных стран мира на основе разделения труда, партнерства и кооперирования в форме договоров, соглашений, общих планов, поддерживаемых на межгосударственном уровне [12; 357].

По мнению Д.Бауэрсокса и Д.Клосса — ведущих западных специалистов в области логистического менеджмента, основными движущими силами его современной глобализации являются: 1) продолжающийся рост мировой экономики; 2) экспансия новейших технологий; 3) развитие и интеграция макрорегиональных хозяйственных структур; 4) новые возможности для формирования глобальных логистических цепей (каналов); 5) реализация процедур дерегулирования, проводимых многими странами для ускорения и удешевления продвижения материальных потоков (рис. 10).

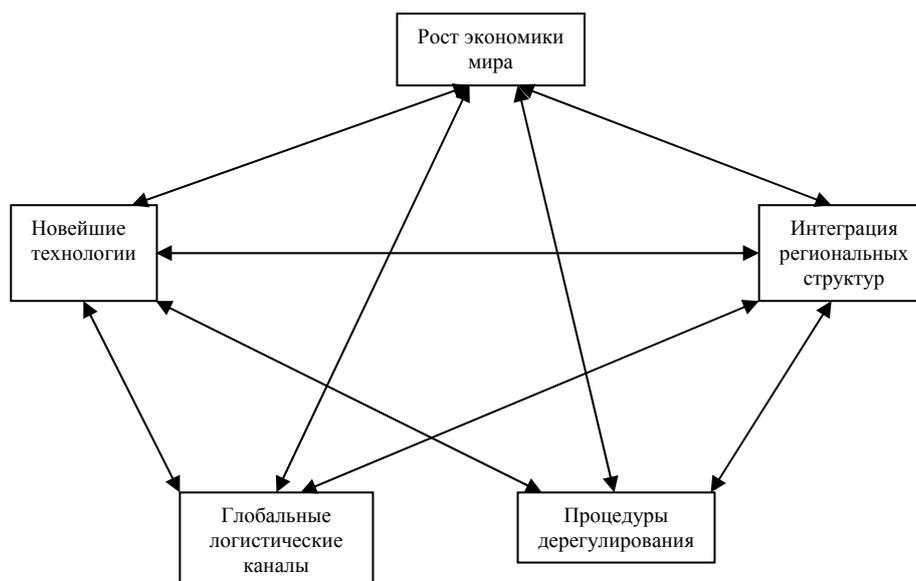


Рисунок 10. Движущие силы глобализации (данные работы [15; 640])

В последние годы стала ярко проявляться концепция гибкого производства. Эта концепция включает четыре взаимосвязанных направления [12; 365]:

- гибкость проектирования — создание многообразия конструкций различного направления и разных потребительских свойств на базе перспективной модели;
- гибкость технологии — использование агрегатного оборудования и переналаживаемой технологической оснастки для быстрого освоения новых технологических процессов;
- гибкость психологии — быстрая перестройка мышления всех участников производства при переходе на выпуск новой продукции;
- гибкость производственной логистики — создание «стройных» производств (англ. *lean production*, нем. *Schlanke Unternehmen*), т.е. производств без излишеств.

Сравнительный анализ принципов, положенных в основу массового и «стройного» производства, приведен в таблице 2.

Т а б л и ц а 2

Сравнительный анализ концепций массового и «стройного» производства

Массовое производство	«Стройное» производство
1. Принципы Форда, Тейлора, Файоля	1. Требования рынка
2. Рост масштабов производства, уровня специализации и стандартизации	2. Увеличение номенклатуры изделий, уменьшение партий выпуска, повышение уровня качества продукции и услуг
3. Люди как продолжение машин	3. Люди и машины дополняют друг друга
4. Люди как средство экономии затрат	4. Люди как ресурсы
5. Сложная схема организации	5. Простая схема организации
6. Авторитарный стиль управления	6. Участие работников в управлении
7. Стремление избежать риска	7. Нововведения
8. Внешний контроль (контролеры)	8. Внутренний контроль (саморегулирование)
9. Возможность частой смены поставщиков	9. Поставщики как партнеры
10. Запасы комплектующих	10. Минимальные запасы комплектующих «на непредвиденный случай»
11. Циклический характер производства	11. Гибкость реагирования на спрос

Примечание. Использованы данные работы [12; 365].

Одним из базовых приоритетов внутренней и внешней политики Казахстана в современных условиях является ускоренная интеграция ее торгового и транспортного комплексов в мировое логистическое пространство, создание благоприятных условий для свободного перемещения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. В Стратегии «Казахстан – 2050» отмечается: «Мы ставили задачу развивать инфраструктуру, и это оказалось нам по силам. За прошедшие годы было введено в строй множество крупных стратегических объектов промышленной, транспортной инфраструктуры и инфраструктуры жизнедеятельности. Это — автомобильные и железнодорожные магистрали, трубопроводы, логистические центры, терминалы, аэропорты, вокзалы, порты и так далее...

В настоящее время мы возрождаем Новый Шелковый путь, создавая магистральный транспортный коридор Западная Европа — Западный Китай.

Мы открыли доступ к странам Персидского залива и Большого Востока, построив железнодорожную линию Узынь — граница Туркменистана. Построив дорогу Коргас — Жетыген, мы распахнули восточные ворота, проложив путь на рынки Китая и всего Азиатского субконтинента. Мы начали строительство железной дороги Жезказган — Бейнеу» [16; 2].

В прогнозируемой перспективе качественный логистический сервис и упрощение процедуры пересечения границ, предоставление услуг в едином комплексе с развитой системой транспортировки и сети терминалов, практическое применение принципов «5С», включающих скорость, сервис, сохранность, стоимость и стабильность, в состоянии обеспечить исполнение намечаемых задач при условии активного участия казахстанского бизнеса в этих процессах.

Список литературы

- 1 Канке А.А., Кошечая И.П. Логистика: Учебник. — М.: ФОРУМ; ИНФРА - М, 2005. — 352 с.
- 2 Иванов И.Н. Менеджмент корпорации: Учебник. — М.: ИНФРА - М, 2004. — 368 с.
- 3 Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс: Учебник. — М.: ИНФРА - М, 1997. — 608 с.
- 4 Миротин Л.Б., Таибаев Ы.Э., Касенов А.Г. Логистика: обслуживание потребителей: Учебник. — М.: ИНФРА - М, 2002. — 190 с.
- 5 Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник. — М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. — 703 с.
- 6 Родкина Т.А. Информационная логистика. — М.: Экзамен, 2001. — 288 с.
- 7 Марусева И.В., Котов В.В., Савченко И.Я. Логистика. — СПб.: Питер, 2008. — 192 с.
- 8 Менеджмент: Экзаменационные ответы. Серия «Сдаем экзамен». — Ростов н/Д.: Феникс, 2002. — 384 с.
- 9 Экономика предприятия: Пер. с нем. / Под ред. Ф.К.Беа, Э.Дихтла, М.Швайтцера. — М.: ИНФРА - М, 2001. — XVI, 928 с.
- 10 Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. — М.: Ин-т междунар. права и экономики им. А.С.Грибоедова, 1999. — 398 с.
- 11 Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. — СПб.: Питер, 2000. — 240 с.
- 12 Логистика: Учебник / Под ред. Б.А.Аникина. — М.: ИНФРА - М, 2005. — 368 с.
- 13 Саркисов С.В. Управление логистикой: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2004. — 368 с.
- 14 Неруш Ю.М. Логистика: Учебник. — М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2003. — 495 с.
- 15 Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2001. — 640 с.
- 16 Послание Президента Республики Казахстан — Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // Казахстанская правда. — 2012. — 15 дек. — С. 1–8.

Р.С.Каренов

Логистикалық менеджмент — материалдық және ақпараттық ағындарды басқару туралы жаңа пән және ғылым

Логистикалық менеджменттің пайда болу тарихы, маңызы және орны қарастырылған. Оның тұжырымдамалық және ұғымдық терминологиялық негіздері баяндалған. Логистикалық менеджмент жүйесіндегі негізгі және қамтамасыз етуші кіші жүйелер талданған. Экономикалық қызметті ұйымдастыру мен басқаруға логистикалық тұрғыдан қараудың негізінде жатқан өзекті идея интеграция болып табылатындығы дәлелденген. Менеджменттегі логистикалық жүйелердің түрлері зерттелген. Кәсіпорындардағы логистикалық қызметтің ұйымдық құрылымдарының даму эволюциясы ашылып көрсетілген. Болашақтағы логистика туралы қорытынды жасалған.

R.S.Karenov

Logistic management — new discipline and science about management of material and information streams

The emergence history, value and place of logistic management are considered. Are stated its conceptual and conceptual terminological bases. The main and providing subsystems in system of logistic management are analyzed. It is proved that the key idea underlying logistic approach to the organization and management of economic activity, integration is. Types of logistic systems in management are studied. Evolution of organizational structures of logistic activity at the enterprises reveals. The conclusion about future logistics is drawn.

УДК 338.48 (7/8)

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова***Изучение туристско-рекреационного потенциала стран Северной и Южной Америки**

В статье показано туристско-рекреационное районирование Америки. Дана развернутая оценка туристско-рекреационных ресурсов Северной и Южной Америки; проанализированы показатели развития туризма в макрорайонах изучаемого региона; показан уровень конкурентоспособности стран Северной и Южной Америки с учетом таких факторов, как нормативно-правовое регулирование туризма; деловой климат и инфраструктура; человеческие, культурные и природные ресурсы. Определено место стран Северной и Южной Америки в общем рейтинге по уровню конкурентоспособности туристской сферы.

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационное районирование, туристская конкурентоспособность, Северная Америка, Южная Америка, Всемирная туристская организация.

Интерес к странам Северной и Южной Америки существовал всегда, но раньше путешественники ограничивались, как правило, пляжами Акапулько или Канкунам или отправлялись на бразильский карнавал в Рио-де-Жанейро, на аргентинский водопад Игуасу.

Если взглянуть более пристально на Америку, то можно открыть множество интересных географических, исторических и этнических пластов. Достаточно упомянуть, что именно в Северной и Южной частях Америки сохранились традиции индейцев, смешавшихся впоследствии с различными народами и культурами. Именно здесь находятся пирамиды ацтеков, майя и постройки инков.

В таблице 1 приведены туристские центры Северной и Южной Америки [1; 24, 25].

Туристские центры Северной и Южной Америки

Туристский субрегион (мезорегион)	Страна	Туристские центры
Северная Америка	Канада	Оттава, Монреаль, Квебек, Торонто, Ванкувер, Виктория, Калгари
	Мексика	Мехико, Канкун, Акапулько, Мансанильо, Гуадалупе
	США	Нью-Йорк, Вашингтон, Майами, Лос-Анджелес, Чикаго, Лас-Вегас, Орlando, Бостон, Денвер, Филадельфия, Атлантик-Сити, Даллас, Сан-Франциско, Буффало
Южная Америка	Аргентина	Буэнос-Айрес, Мар-дель-Плата
	Боливия	Ла-Пас
	Бразилия	Бразилиа, Рио-де-Жанейро, Сан-Паулу
	Венесуэла	Каракас, Порламар
	Колумбия	Богота, Кали
	Парагвай	Асунсьон
	Перу	Лима, Куско, Чиклайо, Кальяо
	Уругвай	Монтевидео
	Чили	Сантьяго, Вальпараисо, Антофагаста, о. Пасхи
Эквадор	Кито, Гуаякиль	

Важнейшим районом пляжного туризма в Америке (2-е место в мире после Средиземноморья) являются острова Карибского бассейна — Куба, Барбадос, Ямайка, Пуэрто-Рико, Доминиканская Республика и другие.

Лидер в развитии лечебно-оздоровительного туризма в американском туристском макрорегионе — США. Ведущим штатом является Арканзас, значительная роль принадлежит штатам Индиана и Колорадо.

Важнейшие приморско-климатические курорты сосредоточены на полуострове Флорида и Тихоокеанском побережье США, в районе Калифорнии (табл. 2) [2; 31, 32].

Т а б л и ц а 2

Курортные центры Северной и Южной Америки

Туристский субрегион (мезорегион)	Страна	Туристские центры
Северная Америка	Мексика	Акапулько, Канкун, р-н п-ва Юкатан
	США	Майами, Санта-Круз, Сан-Диего, Палм Бич, Дейтона Бич, Санта-Фе, Санта-Барбара
Южная Америка	Аргентина	Мар-дель-Плата
	Бразилия	Копакабана, Ипанема
	Чили	Винья-дель-Мар

Горнолыжные курорты находятся в основном на территории Северной Америки — в Канаде и США. В Южной Америке — в Аргентине и Чили находятся курорты Лас-Пеньяс и Валле Невадо (табл. 3) [3; 35].

Т а б л и ц а 3

Районы и центры развития горнолыжного туризма в Северной и Южной Америке

Туристский субрегион (мезорегион)	Горные системы	Страна	Курорт
1	2	3	4
Северная Америка	Скалистые горы	Канада	Уистлер-Блэкомб, Лейн Луиз, Банфф, Ванкувер, Вистлер
	Аппалачи		Монт-Трембланд

1	2	3	4
	Аппалачи	США	Лейк-Плэсид
	Скалистые горы		Аспен, Солт-Лейк-Сити
	Сьерра-Невада		Скво-Вэлли
Южная Америка	Анды	Аргентина	Лас-Пеньяс (Мендоса)
		Чили	Валле Невадо

Важнейшим центром паломничества в Америке является Гуадалупе.

Наиболее значимые центры развлечений в Америке показаны в таблице 4 [4; 39].

Т а б л и ц а 4

Наиболее значимые центры развлечений в Америке

Туристский субрегион (мезорегион)	Страна	Центр развлечений
Северная Америка	США	Лас-Вегас: парки развлечений Диснейленд, Универсал Студио (Калифорния); Майами: парки развлечений Дисней Уорлд, морской мир (Флорида); игровые центры Атлантик Сити, города-курорты Майами, парк развлечений Си Уорлд (Сан-Диего)
Южная Америка	Бразилия	Ежегодные самба-фестивали в Рио-де-Жанейро

Важнейшие места экологического туризма в основном расположены в Канаде, Мексике, США, Аргентине, Чили и Эквадоре (табл. 5) [5; 42].

Т а б л и ц а 5

Важнейшие места экологического туризма, национальные парки Америки

Туристский субрегион (мезорегион)	Страна	Объекты экотуризма
Северная Америка	Канада	Банфф, Элк-Айленд, Вуд-Баффало
	Мексика	Заповедник Селестум
	США	Йелоустон, Йосемит, Гранд-Титон, Гранд-Каньон, Глейшер, Эверглейдс, Мамонтова пещера, Аляска
Южная Америка	Аргентина	Национальный парк Игуасу, Лос Гласиерс,
	Чили	Национальный парк Долина Луны (пустыня Атакама)
	Эквадор	Галапагос

В Северной и Южной Америке широко распространен познавательный туризм — большое количество достопримечательностей расположены в США, Бразилии и Чили (табл. 6) [6; 47].

Т а б л и ц а 6

Важнейшие места познавательного туризма, достопримечательности Америки

Туристский субрегион (мезорегион)	Страна	Достопримечательности
1	2	3
Северная Америка	Мексика	Города древних цивилизаций Чичен-Ица, Паленке, Ушмаль
	США	Бруклинский мост, Манхэттэн, театры Бродвея (Нью-Йорк), мост Голден Гэйт (Сан-Франциско), Белый дом, Капитолий (Вашингтон)

1	2	3
Южная Америка	Боливия	Оз. Титикака, соляной отель «Палая Бланка»
	Бразилия	Водопады Игуасу, Анхель, статуя Христа, трущобная застройка — фавелы
	Перу	Оз. Титикака, древний город инков Мачу Пикчу, рисунки плато Наска
	Чили	Пустыня Атакама, курорт Сан-Альфонсодель-Мар с самым большим бассейном в мире

Кроме Мексики, огромный интерес для любителей впечатлений представляют страны «андской группы», которые имеют общее историческое прошлое, хотя теперь каждая из этих стран является отдельным государством: Эквадор, Перу, Боливия, Чили. У каждой из них есть свои особенности, которые нужно всегда принимать во внимание при выборе маршрута для посещения Южной Америки.

Перу уникальна своими прекрасно сохранившимися памятниками архитектуры цивилизации инков, а также большим количеством неразгаданных тайн и загадок. Перу делится на 3 климатические зоны: Тихоокеанское побережье, горы Анды и джунгли Амазонки. Это важно знать, так как страна фактически не имеет четко определенных сезонов. Каждая из климатических зон имеет собственную погоду, отличную от погоды в соседней области. Так, например, в прибрежной части страны лето продолжается с декабря по март, в то время как в горах и джунглях в это время сезон дождей. Зима на побережье длится с июня по октябрь (дожди бывают редко). В это время в горах начинается в полном смысле слова сухой сезон с холодными ночами и солнечными днями.

В целом здешний климат в прибрежной части страны нельзя назвать тропическим из-за холодного течения Гумбольдта, которое полностью меняет здешнюю погоду. Даже летом температура колеблется между $+21^{\circ}\text{C}$ и $+27^{\circ}\text{C}$, а зимой из-за постоянной влажности становится зябко даже при температуре $+15^{\circ}\text{C}$. В результате Перу, которое находится на той же широте, что и страны Юго-Восточной Азии, не имеет приморских курортов.

Эквадор занимает уникальное расположение: эту страну по всей ширине пересекает экватор. Таким образом, одна ее часть находится в Северном полушарии, а другая — в Южном. Эквадор знаменит своими вулканами и уникальным заповедником на Галапагосских островах, где ни птицы, ни животные не боятся людей и смотрят на них как на часть окружающего их ландшафта. Еще одной особенностью страны являются хасьенды или бывшие колониальные дома, внутри которых теперь расположились современные отели, сохраняющие традиционный облик и особую атмосферу. Как правило, внутреннее убранство номеров предполагает наличие старинной мебели и различных антикварных предметов, что придает пребыванию в таком месте особый шарм и колорит.

Боливия делит с Перу славу озера Титикака, откуда по легенде появились основатели империи инков. Эта страна также прославилась своими пейзажами и панорамными видами, открывающимися со стороны высоких Анд на джунгли Амазонки.

Чили может предложить по-настоящему уникальное путешествие: от поездки верхом на лошади по пустыне или сэндбординга (северная часть страны) путешествия до древних ледников Патагонии и Антарктики или альпинизма (южная часть Чили). Чили известна своими реками, которые предоставляют огромные возможности любителям рафтинга. Территория страны длинная и узкая, но тем она и уникальна. Пересекая различные природные ландшафты, Чили предоставляет редкую возможность увидеть в одной стране природу во всем ее разнообразии. Именно к Чили относится знаменитый остров Пасхи, расположенный в Тихом океане, с его загадочными каменными исполинами, созданными майорийцами или представителями других цивилизаций.

Еще одной страной, пейзажи которой часто напоминают европейские, является Аргентина. Именно здесь после Второй мировой войны стали селиться немцы и итальянцы. Здешние дома и фазенды часто напоминают европейские поместья начала прошлого века. Аргентина известна своими пейзажами и знаменитым водопадом Игуасу, который находится в джунглях Амазонки, недалеко от границы с Бразилией.

Мексика прославилась не только своими пляжами и современными курортами, но и пирамидами времен ацтеков и майя. В ее пейзаже есть все — от прерии с кактусами до живописных каньонов и лесов с реками и водопадами.

Бразилия почти не нуждается в рекламе благодаря знаменитому карнавалу в Рио-де-Жанейро.

Ежегодно в начале февраля сюда съезжаются миллионы туристов со всего мира. В остальное время года сюда приезжают, чтобы посетить джунгли Амазонки и отдохнуть на одном из белоснежных бразильских пляжей, прогуляться по знаменитой набережной Рио-де-Жанейро и подняться на вершину горы с огромной скульптурой Христа, откуда открывается вид на город и окрестности.

В 2011 г. эксперты Всемирного экономического форума в Давосе определили максимально привлекательные для развития туризма страны. Отчет данного исследования получил название «The travel and tourism competitiveness report 2011». Аналога такому отчету на сегодняшний день не существует, так как эксперты оценивали политику властей в области туризма, их способность обеспечить безопасность, санитарные условия, стоимость отдыха, развитие транспортной инфраструктуры, национальный колорит, наличие комфортабельных отелей, экологию, кадровый потенциал и т.д.

В рейтинге учитывались данные исследований Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Всемирной туристской организации (UNWTO) и Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC). Всего в докладе было исследовано 139 стран.

В целом для проведения анализа было выбрано 3 крупных параметра, которые, в свою очередь, подразделялись на 15 субпараметров, имеющих важное значение для определения максимально привлекательных стран для развития туризма.

Среди этих параметров можно выделить следующие:

1 группа — «нормативно-правовое регулирование туризма», в состав которой вошел ряд следующих параметров:

- нормативная база;
- охрана окружающей среды;
- охрана и безопасность;
- санитарные условия;
- значение, которое власти придают туристской отрасли;

2 группа параметров — «деловой климат и инфраструктура», это:

- инфраструктура воздушного транспорта;
- инфраструктура наземного транспорта;
- инфраструктура туризма;
- уровень развития информационно-коммуникационных технологий (далее — ИКТ);
- ценовая конкурентоспособность;

3 группа — «человеческие, культурные и природные ресурсы» — включает такие параметры, как:

- человеческие ресурсы;
- дружелюбие местного населения по отношению к туристам;
- природные ресурсы;
- культурные ресурсы;
- изменение климата.

Отчет этого года имеет название «По ту сторону кризиса»; в нем отражены перспективы и многочисленные трудности, которые все еще сдерживают развитие сектора и которые необходимо преодолеть для обеспечения его устойчивого роста в будущем. Им в особенности отвечает тематика аналитических глав отчета: влияние недавнего экономического и финансового кризиса на индустрию туризма, значимость фактора ценовой конкуренции для привлечения туристов, а также важная роль путешествий и туризма для сохранения окружающей среды и сбережения энергии в развивающейся экологичной экономике.

Отчет содержит подробные профили 139 экономик мира.

В рейтинге конкурентоспособности сектора путешествий и туризма лидерство удерживает Швейцария. Верхние строчки также занимают Германия, Франция, Австрия, Швеция и США. Великобритания, Испания, Канада и Сингапур замыкают первую десятку. Казахстан находится на 93-м месте, уступая Украине и Армении.

Швейцария, Германия и Франция обладают наиболее привлекательными условиями для развития сектора путешествий и туризма.

Среди стран группы БРИКС наилучшие условия для развития путешествий и туризма складываются в Китае (39-е место), который существенно улучшил свои позиции и поднялся на 8 строчек в рейтинге этого года. Бразилия (52-е место), уступившая лидерство Китаю, напротив, ухудшила свое

положение и спустилась на 7 мест. Также сильно ухудшились позиции ЮАР (66-е место) и Индии (68-е) (табл. 7) [7; 35].

Таблица 7

10 стран-лидеров, страны БРИКС в рейтинге конкурентоспособности стран с точки зрения привлекательности для развития туризма

Страна/экономика	ТТСИ 2011*		ТТСИ 2009**	Изменения в рейтинге	
	Рейтинг	Индекс	Рейтинг	2009 — 2011	
Швейцария	1	5,68	1	→	0
Германия	2	5,50	3	↗	+1
Франция	3	5,41	4	↗	+1
Австрия	4	5,41	2	↘	-2
Швеция	5	5,34	7	↗	+2
США	6	5,30	8	↗	+2
Великобритания	7	5,30	11	↗	+4
Испания	8	5,29	6	↘	-2
Канада	9	5,29	5	↘	-4
Сингапур	10	5,23	10	→	0
Китай	39	4,47	47	↗	+8
Бразилия	52	4,36	45	↘	-7
Россия	59	4,23	59	→	0
ЮАР	66	4,11	61	↘	-5
Индия	68	4,07	62	↘	-6
Украина	85	3,83	77	↘	-8
Казахстан	93	3,70	92	↘	-1

*The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011 (ТТСИ 2011)
 ** The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009 (ТТСИ 2009)

Важным остается определение места стран Южной и Северной Америки в данном рейтинге (табл. 8).

Таблица 8

Место стран Северной и Южной Америки в общем рейтинге стран по уровню конкурентоспособности туристской сферы

№ п.п	Регион	Место в мировом рейтинге		Общее число баллов
		2011 год	2009 год	
Северная Америка				
1	США	6	8	5,3
2	Канада	9	5	5,29
3	Мексика	43	51	4,43
Южная Америка				
1	Аргентина	60	65	4,2
2	Боливия	117	114	3,35
3	Бразилия	52	45	4,36
4	Венесуэла	106	104	3,46
5	Гайана	98	102	3,62
6	Гвиана	-	-	-
7	Колумбия	77	72	3,94
8	Парагвай	123	122	3,26
9	Перу	69	74	4,04
10	Суринам	-	-	-
11	Уругвай	58	63	4,24
12	Чили	57	57	4,27
13	Эквадор	87	96	3,79

Согласно данным таблицы 8, ведущими странами в рейтинге являются США и Канада из североамериканского региона; Бразилия, Аргентина, Уругвай, Чили — в южноамериканском регионе. При этом важно отметить, что Канада и Бразилия ухудшили свои показатели, опустившись в рейтинге 2011 г. в сравнении с рейтингом 2009 г. в среднем на 5 позиций.

Боливию, Венесуэлу и Парагвай эксперты признают как страны с невысоким уровнем конкурентоспособности для развития туризма, в связи с чем они занимают только лишь 117, 106 и 123 строчки рейтинга.

Определение тех или иных позиций стран в рейтинге зависит от количества набранных ими баллов по 15 названным выше показателям. Распределение стран Южной и Северной Америки по данным факторам представлено в таблицах 9–11 [8; 25–27].

Анализируя приведенные данные таблиц, можно сделать следующие выводы:

1. По параметру «нормативно-правовое регулирование туризма», согласно количеству набранных баллов, лидируют Канада (5,28 балла), Уругвай (5,19 балла) и США (5,01 балла). Наименьшее количество баллов набрали Боливия (3,36) и Венесуэла (3,67 балла) (рис. 1).

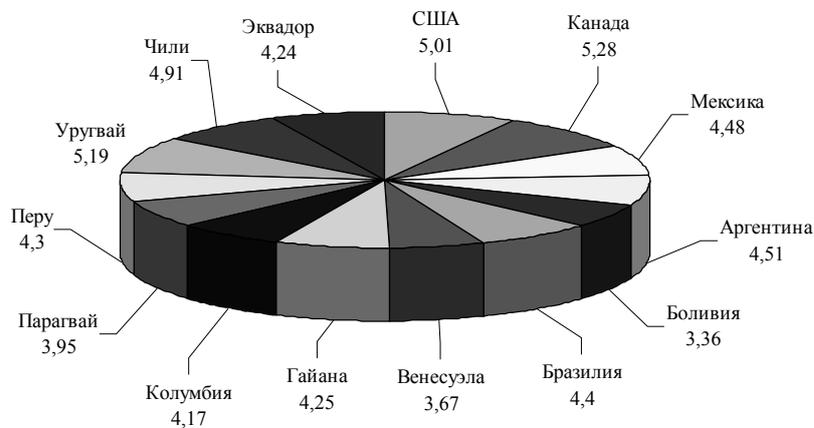


Рисунок 1. Рейтинг стран Северной и Южной Америки по параметру «нормативно-правовое регулирование туризма»

2. По показателю «деловой климат и инфраструктура» (по количеству набранных баллов) лидируют США (5,42 балла), Канада (5,38 балла), Чили (3,99), Мексика (3,91). Наименьшее количество баллов набрали Боливия (2,87 балла) и Парагвай (2,72) (рис. 2).

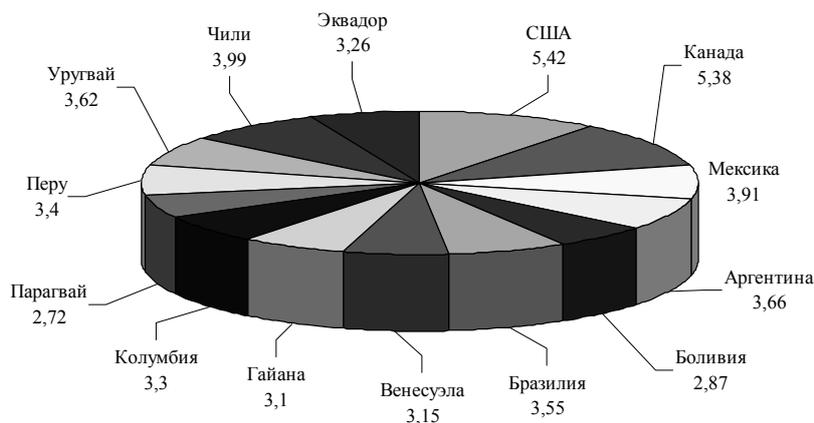


Рисунок 2. Рейтинг стран Северной и Южной Америки по параметру «деловой климат и инфраструктура»

3. По такому фактору, как «человеческие, культурные и природные ресурсы» лидирующие позиции занимают: США (5,48 балла), Канада (5,21 балла), Бразилия (5,13 балла). Наименьшее количество баллов набрали Венесуэла (3,55 балла), Гайана (3,5 балла) и Парагвай (3,11 балла) (рис. 3).

Т а б л и ц а 9
Распределение стран Северной и Южной Америки по субпараметрам 1 группы факторов — «нормативно-правовое регулирование туризма»

№ п.п.	Регион	Нормативная база		Охрана окружающей среды		Охрана и безопасность		Санитарные условия		Значение, которое власти придают туристской отрасли	
		Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл						
Северная Америка											
1	США	16	5,18	105	4,15	62	5,01	45	5,58	33	5,11
2	Канада	4	5,4	35	4,98	24	5,73	52	5,38	40	4,91
3	Мексика	56	4,56	114	4,08	128	3,6	64	4,93	30	5,24
Южная Америка											
1	Аргентина	89	4,17	130	3,84	77	4,62	40	5,71	92	4,23
2	Боливия	138	2,81	128	3,9	112	4,02	110	2,74	124	3,34
3	Бразилия	114	3,72	29	5,06	75	4,67	73	4,61	108	3,95
4	Венесуэла	134	3,07	101	4,17	134	3,36	77	4,46	126	3,31
5	Гайана	99	3,89	34	4,98	110	4,07	91	3,98	86	4,31
6	Гвиана	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Колумбия	60	4,5	77	4,41	126	3,74	95	3,93	89	4,28
8	Парагвай	110	3,75	121	3,99	124	3,78	99	3,64	57	4,61
9	Перу	45	4,67	79	4,38	119	3,91	98	3,7	47	4,84
10	Суринам	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Уругвай	71	4,38	70	4,52	21	5,75	35	5,94	27	5,34
12	Чили	12	5,2	73	4,49	27	5,7	71	4,65	66	4,53
13	Эквадор	124	3,6	75	4,47	90	4,41	82	4,31	81	4,4

Изучение туристско-рекреационного потенциала стран ...

Таблица 10

Распределение стран Северной и Южной Америки по субпараметрам 2 группы факторов — «дсловой климат и инфраструктура»

№ п.п.	Регион	Инфраструктура воздушного транспорта		Инфраструктура наземного транспорта		Инфраструктура туризма		Уровень развития ИКТ		Ценовая конкурентоспособность	
		Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл
Северная Америка											
1	США	21	6,17	28	4,97	13	6,54	21	5,16	100	4,25
2	Канада	1	6,68	33	4,77	21	5,89	14	5,38	105	4,19
3	Мексика	47	3,72	79	3,28	43	4,62	75	3,09	45	4,85
Южная Америка											
1	Аргентина	73	2,9	107	2,91	55	4,35	53	3,62	70	4,51
2	Боливия	100	2,47	134	2,38	109	2,09	102	2,35	33	5,05
3	Бразилия	42	3,91	116	2,8	76	3,49	56	3,49	114	4,07
4	Венесуэла	84	2,72	136	2,33	78	3,25	74	3,13	97	4,31
5	Гайана	115	2,29	104	2,97	97	2,61	87	2,79	43	4,86
6	Гвиана	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Колумбия	70	2,99	120	2,73	83	3,05	64	3,34	88	4,37
8	Парагвай	136	1,79	138	2,19	101	2,37	100	2,43	52	4,8
9	Перу	78	2,81	121	2,7	58	4,24	84	2,8	81	4,46
10	Суринам	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Уругвай	97	2,52	46	4,26	82	3,1	48	3,75	82	4,45
12	Чили	52	3,5	55	4,11	68	3,84	54	3,61	41	4,91
13	Эквадор	76	2,84	118	2,75	86	2,93	86	2,79	36	4,97

Таблица 11

Распределение стран Северной и Южной Америки по субпараметрам 3 группы факторов — «человеческие, культурные и природные ресурсы»

№ п.п.	Регион	Человеческие ресурсы		Дружелюбность местного населения по отношению к туристам		Природные ресурсы		Культурные ресурсы		Изменение климата	
		Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл	Место в мировом рейтинге	Балл
Северная Америка											
1	США	11	5,66	104	4,31	3	5,81	6	6,15	-	-
2	Канада	5	5,84	52	4,8	11	4,86	18	5,36	-	-
3	Мексика	73	4,86	73	4,56	10	4,89	19	5,31	-	-
Южная Америка											
1	Аргентина	61	4,95	72	4,56	20	4,63	38	3,51	-	-
2	Боливия	103	4,43	134	3,87	24	4,51	68	2,45	-	-
3	Бразилия	70	4,88	97	4,4	1	6,35	23	4,88	-	-
4	Венесуэла	111	4,29	138	3,25	9	4,91	99	1,75	-	-
5	Гайана	52	5,04	108	4,29	63	3,35	127	1,32	-	-
6	Гвиана	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Колумбия	65	4,91	93	4,43	12	4,81	43	3,3	-	-
8	Парагвай	105	4,4	135	3,69	89	2,73	109	1,6	-	-
9	Перу	66	4,89	74	4,55	71	4,95	44	3,29	-	-
10	Суринам	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Уругвай	56	5,01	41	4,89	101	2,57	45	3,25	-	-
12	Чили	41	5,15	89	4,47	76	2,99	51	2,97	-	-
13	Эквадор	102	4,48	109	4,29	25	4,51	73	2,21	-	-

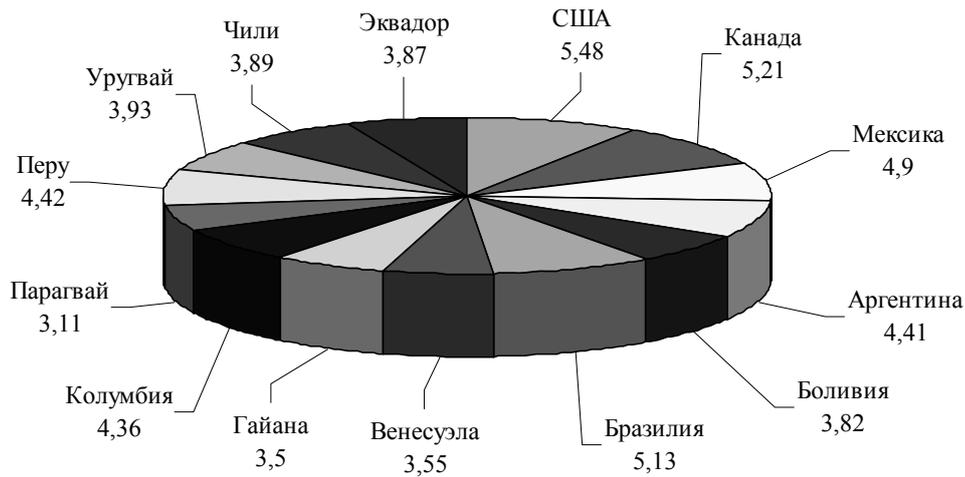


Рисунок 3. Рейтинг стран Северной и Южной Америки по параметру «человеческие, культурные и природные ресурсы»

Таким образом, подытоживая сказанное выше, необходимо отметить, что такого рода исследование позволило не только определить место стран Северной и Южной Америки в мировом рейтинге по уровню конкурентоспособности развития туризма, но и выделить ряд из них — наиболее перспективных и стабильных, имеющих все условия: развитую инфраструктуру, политическую стабильность, человеческий капитал — для развития туристской отрасли, а также определить ряд наиболее слабых и неперспективных регионов, которые в настоящее время не имеют всех необходимых ресурсов для развития туристской индустрии, но обладают потенциалом и, следовательно, в будущем станут крупными мировыми туристскими центрами.

Содержащийся в отчете межстрановой анализ факторов конкурентоспособности секторов туризма и путешествий дал информацию для сравнений, полезную для правительства, стремящегося совершенствовать условия для сектора путешествий и туризма.

Список литературы

- 1 Бессараб Д.А., Штефан Л.В. Географическая и туристическая номенклатура мира: пособие для студентов вузов. — Минск: ТетраСистемс, 2011. — 64 с.
- 2 The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011. — 531 p.
- 3 <http://www.mirpesh.com/328-medical-tourism.html>
- 4 <http://www.pravda.ru/news/travel/23-01-2012/1105620-tourism-0/>
- 5 <http://geography.kz/yuzhnaya-amerika/>
- 6 http://www.votpusk.ru/america_s.asp
- 7 The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009. — 531 p.
- 8 The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011. — 531 p.

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

Солтүстік және Оңтүстік Америка елдерінің туристік-рекреациялық әлеуетін зерттеу

Мақалада Американың туристік-рекреациялық аудандастырылуы көрсетілген. Солтүстік және Оңтүстік Американың туристік-рекреациялық ресурстары ашылып бағаланған; зерттелетін аймақтың макроаудандарындағы туризмнің даму көрсеткіштері талданған; туризмді нормативті-құқықтық реттеу секілді факторлар ескеріліп, Солтүстік және Оңтүстік Америка елдерінің бәсекеқабілеттілік деңгейі көрсетілген; іскерлік климат және инфрақұрылым; адами, мәдени және табиғи ресурстар. Солтүстік және Оңтүстік Америка елдерінің туристік саланың бәсекеқабілеттілік деңгейі бойынша елдердің жалпы рейтингіндегі орны анықталған.

Zh.M.Shayekina, D.G.Mamrayeva, L.V.Tashenova

The studying of the tourism potential of North and South America

In the article the tourist and recreation zoned of the America was shown. Was given a detailed assessment of tourist and recreational resources in North and South America; were analyzed indicators of tourism development in the macro regions of the studying region; was shown the level of competitiveness of the countries of North and South America, considering such factors as the legal regulation of tourism; business environment and infrastructure; human, cultural and natural resources; was defined the place of North and South America in the overall ranking of countries in terms of the competitiveness of the tourism sector.

УДК 339.137:379.832(574)

Aizhan T.Tleuberdinova, Manas M.Ussenov, Dana M.Ussenova

Ye.A.Buketov Karaganda State University

Analysis of the competitiveness of hotels in the Republic of Kazakhstan

Hospitality is an integral part of tourism industry development. The state and level of development of the hotel industry affects the level of the flow of domestic and inbound tourism. In this article the main directions of development of the modern hotel business has been analyzed in the Republic of Kazakhstan. The article discusses the relevance of hotel industry in the Republic of Kazakhstan, the segmentation of accommodation and categories. the competitiveness of hotels. In this article the basic performance of the hotels in the Republic of Kazakhstan has been identified.

Key words: tourism, hotel industry, hotel services, hotel enterprises, accommodation, category of hotel companies, swot analysis, competitiveness.

Tourism — a dynamic, growing, consumer-oriented event, the largest industry in the world. Tourism acts as a catalyst for economic development, which can provide a high quality of life of people based on ecologically sound environmental management. In this regard it is important to mention the role in shaping the tourism industry in the Republic of Kazakhstan of the hotel industry, whose main function is to place foreign and domestic tourists in hotel enterprises. Experts predict a further increase in the values of the Republic of Kazakhstan on the world tourist market. However, dreaming about the effective use of tourism potential of the country, it is necessary to pay great attention to the pressing challenges — to create a modern infrastructure, industry of the accommodation sector that meets international standard.

In 2007–2011 years in order to implement the state program about development of the tourism industry from the national budget is planned to allocate 59,318,221 tenge, including in 2007 — 2,329,668 thousand tenge, in 2008 — 20,637,405 thousand, in 2009 — 30,635,357 thousand in 2010 — 2,774,656 thousand in 2011 — 2,941,135 thousand tenge.

According to the implementation of the development of promising areas of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan in 2010–2014 funding in the tourism industry will amount to 2012 — 269 625.0 thousand tenge, in 2013 — 269 625 thousand tenge in 2014 — 268 825.0 thousand KZT.

According to data from administrative sources and statistical surveys conducted by tourism up in 2010 for the whole of Kazakhstan served visitors in the placement of objects in comparison with 2009 increased by 24 %.

The number of hotel companies in the Republic of Kazakhstan in 2006 — 2010 years increased by 558 units, which means by 64 % [1].

On September 1, 2011, there are 692 objects of accommodation and individual entrepreneurs engaged in placing visitors are 762 (Fig.1).

The increase in 2008–2011 years of hotel companies is almost twice as related to the development of tourism, increasing of the investment attractiveness of the republic, upgrading and reconstruction of their material-technical base.

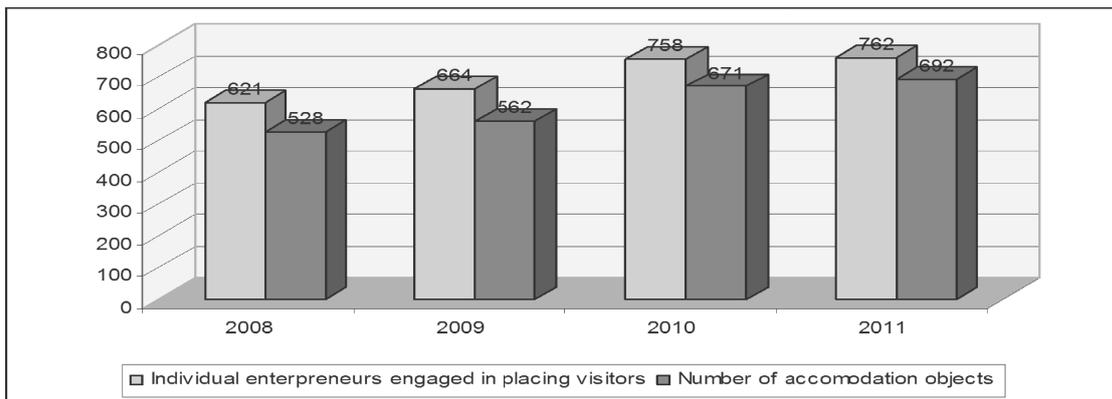


Figure 1. Change in number of hotel companies and individual entrepreneurs engaged in placing visitors in 2008–2011

The largest numbers of accommodation enterprises are concentrated in areas with developed infrastructure and tourist potential. In these areas there are large resorts, business centers, cultural and historical attractions of the country.

The following diagram is possible to observe the distribution of accommodation facilities by regions of the country. In 2011 most of the hotels in the country was placed in the cities of Almaty — 8 % (115), Astana — 8.4 % (120), in the areas of: East Kazakhstan — 15.2 % (217), Akmola — 14.8 % (212), Almaty region — 13.7 % (196) and Karaganda — 8.3 % (119), the smallest number of accommodation facilities was noted in the North-Kazakhstan — 2.5 % (36) (Fig.2).

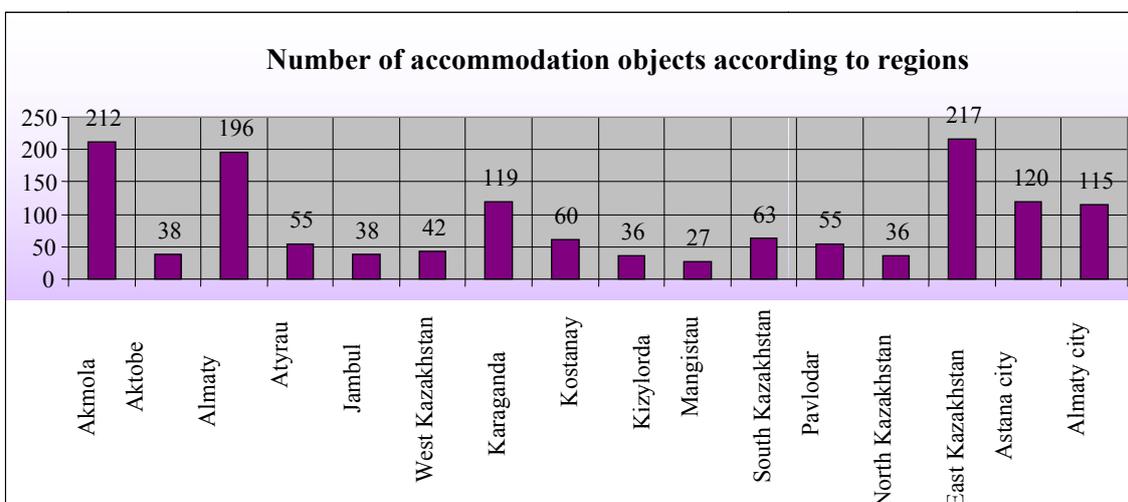


Figure 2. Number of accommodation facilities and individual entrepreneurs engaged in placing visitors by regions for 2011

Dynamics of change served to visitors of hotel enterprises is characterized by steady growth. Thus, the total number of visitors by the end of 2011 compared with 2004 increased by 46.3 %.

As on September 1 of 2011 hotel companies served 1,916,297 people, while in 2004 the same figure was 887 493 people.

The analysis shows that this growth has been uneven. From 2003 to 2007, the market for hotel services was characterized by an intense increase in the number of visitors served by hotel companies. Favorable investment climate, small business development and increase of the number of hotel companies contributed to this situation.

Reduction of visitors in 2008 and 2009 compared to 2007 due to the situation in the global economy.

Most growth in the number of served visitors associated with an increase in flows to Kazakhstan business travels of foreign citizens.

The data in Figure 3 shows the dynamics of change in the number of visitors served by hotel companies in the Republic of Kazakhstan for 2004–2011.

The problem of categorization of hotel services is one of the most important in terms of quality management. Currently, the official system of categorization of hotel services approved in 64 countries, 11 of them, it is under development in 58 countries guests do not have a common boundary categorization.

According to standard of RK № 1141–2002 about « Classification and general technical requirements», the classification system by category is used in Kazakhstan. Categorization of hotels determines the stars, increase of the number of stars, according to the improvement of quality of service and equipment of hotels.

Analysis of the structure of the hospitality industry categories in the Republic of Kazakhstan in 2006 — 2010 years shows that in the structure of hotel category the largest share in 2010 is accounted for three-star hotels — 82 (42 %), compared with 2006 hotel enterprises classified as three stars, rose by 42 %, the number of five-star Hotels in the same period increased by 2.2 times and amounted to 11, 4-star — in 1,5 times and amounted to 35.

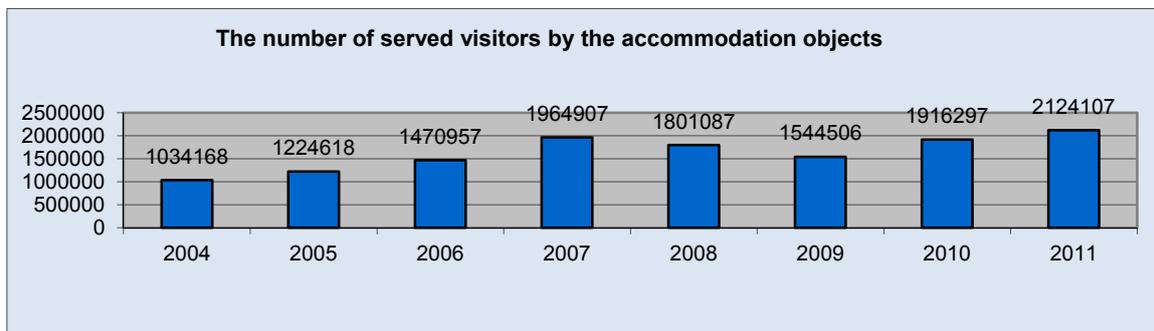


Figure 3. Dynamics of change in the number of visitors in 2004–2011

Considering the specificity of the Kazakhstan market of hotel services, it should be noted that the prices for services are very high. Now 4–5 star hotels can not offer a lower cost of living because of the fact that management of the hotel strives to offers the maximum number of services, based on this fact, most number of visitors are served at the hotels with no category 41.7 % and at 3 star hotels 23.6 %.

Number of visitors served by a 5 — star hotels were 245378 people that is 13.3 %, and increased by 2.5 times compared with 2006. Number of visitors served at 4, 2 and 1 star hotels was 13.1 %, 6.5 % and 1.7 % respectively (Table 1).

The structure of the hospitality industry by ownership has underwent significant changes. Analysis of the hospitality industry by ownership shows that quantitatively private placement of objects are dominate, who's number from 2006 to 2010 increased by 42 %.

The ownership of other states, their legal and natural persons reduced from 6 % in 2006 to 5.2 % in 2009, the share of private ownership remained the same — 88 %, while the share of state ownership has increased from 5.7 % to 6.8 %, respectively.

Relevant is the segmentation of hotels on their size. Overseas classification of hotels in capacity shows that small hotels in Switzerland and Austria hotels are less than 100 beds, medium — 100–200 seats, large — more than 200 seats, low in the Czech Republic — to 120, medium — up to 500 seats, large — More than 500 seats, in the U.S. small — up to 100 rooms, the average — up to 500 rooms, large — over 500 people.

Table 1

Number of visitors served by placing objects by category from 2006 to 2010, a person

	5 — star	4 — star	3 — star	2 — star	1 — star	Without category
2006	145604	176072	298858	155169	24769	670485
2007	227380	278852	470638	142562	45173	800302
2008	231081	241944	434079	143213	32667	718103
2009	205947	202540	364667	100739	26000	644613
2010	245378	263407	398091	107192	24972	577449

Note. Taken from www.stat.kz Statistic agency of the Republic of Kazakhstan.

In Kazakhstan, small is a hotel with a capacity of 10 to 100 rooms.

On September 1, 2011 in the placement of objects, there are 25,408 rooms and 55,372 one-time capacity was available.

The largest dimensions of hotel's accommodation facilities are located in the cities of Almaty and Astana, Karaganda and East Kazakhstan regions. Almaty hotels account for an average of 5170 numbers (20.3 %). In the city of Astana –Room 3348 (13.2 %). East-Kazakhstan region has 13.1 % of all rooms of the Republic, Karaganda region 8.3 %, the lowest number of rooms has North-Kazakhstan — 0.7 %.

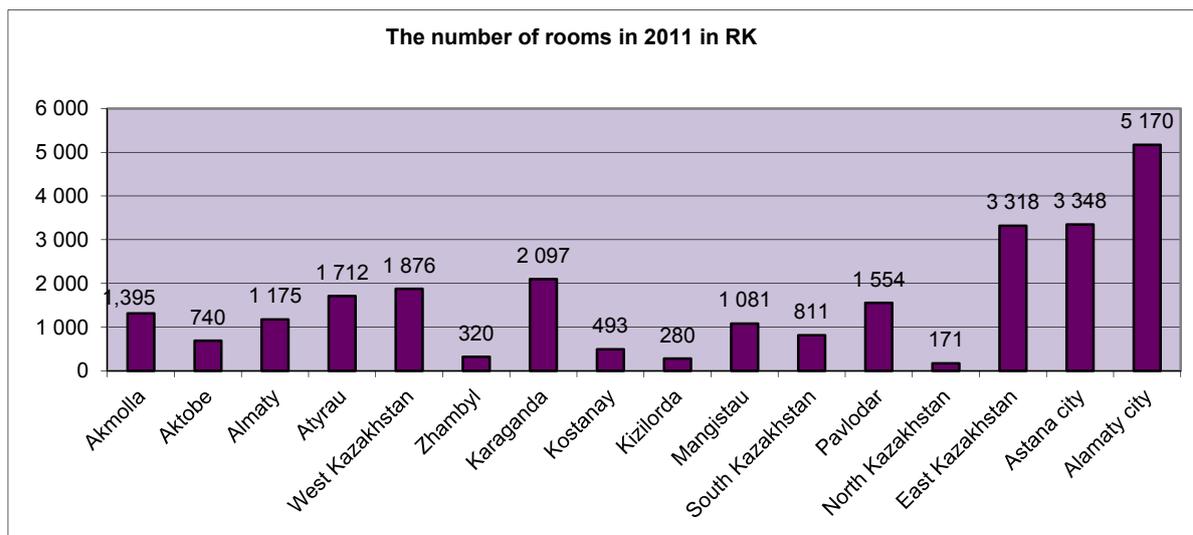


Figure 4. Dynamics of the distribution by category of hotel companies in the Republic of Kazakhstan for 2006–2010

In the past three years, an interest is shown in the hotel enterprises in such cities as Almaty, Astana, Aktau and Atyrau (Figure 4).

For a one-time accommodation of hotels in Kazakhstan, there are 54.2 thousand places: in Almaty — 8.8 thousand, in Astana — 5.7 thousand and average cost of bed-days in 2010 is 5783 tenge.

For successful implementation of strategic directions till 2020 Ministry of Tourism and Sports is working to attract investment for the construction of modern tourism and hospitality centers. Investment in fixed assets in the provision of services by hotels and restaurants for the year 2010 amounted to 26,348 million tenge.

Decisive in determining the income level of the hotel is occupancy level. If we calculate the possibility of accepting hospitality industry with the most favorable conditions, which means constant year-round occupancy of their visitors, the occupancy rate of hotels will be observed as follows: in 2007 the average occupancy rate was — 26.6 % in 2008 — 23.5 % in 2009 — 20.4 % in 2010 — 21.3 % and in 2011 — 25 %.

In 2011, in Kazakhstan, the average of occupancy factor in the hospitality industry was 22.8 %. The highest occupancy factor in the republic in 2010 was in the following regions: Mangystau (92 %), Atyrau (57 %), Astana (32 %), and Almaty (26 %).

Minimum occupancy is characterized in the East-Kazakhstan (12.7 %) and Almaty (13.7 %) regions, while according to international standards, it figures as 65–70 %. It can be concluded that the basic foundations of domestic hotels are not used to their full capacity.

The occupancy factor in the hospitality industry in 2008 compared to 2007 is reduced by 1.8 %, due to a decrease in the flow of tourists, and consequently a reduction in domestic business activity in the hospitality industry.

Another important factor negatively affecting to the occupancy rate of hotels in the country is the discrepancy of rates and the quality of hotel services.

The reasons of not full occupancy in the hospitality industry are:

- lack of effective demand for quality of hotel services;
- reductions of travels, symposia and seminars;
- low level of knowledge of new technologies in the hospitality industry;
- increase of percents in bank lending, which means the growth of payback period

With the growing number of hotels, the number of jobs increased in the industry.

Let's consider the number of employees in the hospitality industry. Analysis of the table shows that in 2006–2010 year in the country observed a significant increase in the labor force. In 2010 the total number of employees in the hospitality industry reached 101.6 thousand, compared to 2006 increased by 10, 7 %.

The highest percentage of employment of workers was observed in Almaty city (14.9 %) and Karaganda (9.7 %), East-Kazakhstan (10.5 %) and South-Kazakhstan (9.7 %) regions. There was a decrease in employment in Western Kazakhstan and Mangystau.

Currently, the hotel is lack of professional staff: there is a lack of modern knowledge in workers with experience and lack of preparedness activities in a specific hotel of graduates.

In Table 2 we consider the financial and economic activities of placement in 2010: income, the amount of output and the costs of hotel companies.

Earnings of hotel companies depend on the occupancy of rooms and prices for hotel services (room, meals, and additional services). The largest volume of output and therefore income come from the sale of products of hotels with restaurants, maybe this is connected with the best quality, the best service ratings, because the most of the inbound tourism in the country are foreign tourists with business and professional goals.

In 2009, the income derived from the operation of hotels with restaurants, hotels without restaurants, youth camps, campsites and other places to stay didn't cover the costs of operating hotels in the whole country, resulting in losses amounted to 20,965.7 million tenge.

As analysis of data from the statistical agency of RK, in 2010 the volume of services provided by enterprises hotel was 57159,9 million tenge, the largest volume of output fall on hotels with restaurants — 42826,55 million tenge (75 %), hotels without restaurants — 11,7563 million tenge (19 %), compared with 2005 the volume of output increased by 2.2 times.

Table 2

Financial and economic activity by type of accommodation for 2010 tenge million

	Volume of output	Income from realization of product (work and service)	All costs	Taxes and other budget pays
Hotels with restaurants	42826,5	44986	40503,7	3044,6
Hotels without restaurants	11,7563	11518,7	4951,3	327,7
Camps, campsites and parks	82,2	75,3	1241,0	1,1
Other accommodation places	2494,9	2521,6	89,1	1888,2

Note. Taken www.stat.kz Statistic agency of the Republic of Kazakhstan.

Despite the rise of investment attractiveness of Kazakhstan, in the hotel business investment remained insufficient. According to the hotel industry market analysis, potential investors are not attracted by the hospitality sector, especially the economy class hotel, which has the greatest demand. The causes are dear land and real estate.

The demand for local hotel market of average level, which would meet international standards and provide a fairly complete range of additional services, needs to raise correct concept constructing and development of the hotel management. To implement it, the support of local government offices, in terms of allocation of land on concessional terms to finance activities as well as the introduction of exemptions on customs duties and taxation is needed.

The state of tourism activities in the country affects the low level of development of tourist infrastructure (hotels, campsites, tourist centers, roads, transport, tourist routes). There is no system of scientific and advertising and informational support to promote national tourism product in the domestic and foreign markets. At the same time to develop the infrastructure sector, there should be a system of investing. Despite the fact that tourism is recognized as a priority sector for investment, conditions that encourage the inflow of private investment into the sector, including from abroad is not involved.

An analysis of the hospitality industry in the RK in 2006–2011 years. can be summed up as follows:

- on 1 September 2010 1429 placement of funds (of which 758 individual entrepreneurs) served 1,916,297 people;
- the number of hotel companies increased 1.6 times, the number of users served by a factor of 2.2, indicate a stable and dynamic development of the hospitality sector;
- the largest number of accommodation facilities are concentrated in the city of Astana — 8.4 %, Almaty — 8 %, Eastern Kazakhstan — 15.2 %, Akmola — 14.9 %, Almaty — Karaganda and 13.7 % — 8.3 % of areas ;
- number of rooms in the country amounted to 25,408, with a one-time capacity of 54,199 beds;
- the number of employed people in the hospitality industry was 101.6 thousand, which is 1.2 times higher than in comparison with 2005, an increase in nominal wages by 1.4 times and shows the development of this industry;
- the main purpose served by the visitors are business and professional goals — 71 %, leisure, recreation and leisure — 25 %, visiting friends and relatives — 3 %, other categories of objectives constitute a small percentage.

Within a few short years the city turned into new center of attraction on Eurasian area. Astana became the capital for world-wide dialog and a generator of new integration ideas, political formations and development programs. By moving the capital city, Kazakhstan succeeded to resolve not only many economical, demographical, social and other issues but demonstrated potentials of a young country. As a matter of fact, move of the capital city is an evidence of political, economic maturity and consistency of the country.

As a capital city, Astana occupies the main part of the political and economical region of Kazakhstan. In last years many important economical and political events took place in Astana.

Capital of any country is not only administrative center but a part of the image and a sort of national brand recognized worldwide. Today the CIS countries know very well such terms as «official Astana» and «Ak Orda».

Astana became a generalized character of Kazakhstan national policy. This city is mobilizing and consolidated statehood symbol. Apart from impressive economical impact, the other advantage of the move of the capital city was a great political significance which constituted ground for national idea generation. Astana became a center of international activity taking the role of a piece-builder. In this part of Kazakhstan the largest forums, conferences and international summits are conducted (such as Shanghai Cooperation Organization, EurAsEC, FSR, CSTO, OSCE, DIS and so on and so forth).

Astana is visited by more than 150 country's delegates, chairmans, presidents and tourists in the world. In analyzing the above figures, it can be argued that the prevalence of Russian citizens in general, servicing tourists — residents, due to factors such as geographic proximity and traditional long-standing ties between our countries.

This can be explained by common historical roots, language, culture, and the interest of business circles of Turkey to the Astana. All countries interested in the city, mainly with the economic and politic positions.

Particular attention should be given to hospitality sector of the city of Astana. In whole country Astana takes one of the biggest shares of the Hospitality industry. At the present time in Astana legally operate 64 hotels.

Thus, for sufficiently small hotel sector proposal in principle, meet the needs of different population groups.

In 2010 in Astana operated 64 hotels, and the number of rooms was 3347 numbers, 5808 was a one-time capacity of beds, average occupancy of the city was observed at the level of 29.7 %.

The biggest number of hotels in Astana presents as a small enterprise, which in 2010 was 42 units. The smallest number of units presents in a large enterprise hotels which are 7.

The average daily cost was fixed at 6086.9 tenge, the total number of bed days provided — 629 065.

The most famous hotels in Astana are the «Rixos», «Pekin palace», «Radison SAS» and others.

In addition, in 2009 one of the most luxurious hotels in Kazakhstan «Pekin Palace» was built in the heart of Astana.

««Pekin Palace Soluxe Hotel Astana» is a luxury five-star hotel, located in a new economic and cultural development zone, near the residence of the President and the main administrative buildings. «Rixos Hotel» broke a new ground and opened its first hotel «Rixos President Astana» in the capital city of Kazakhstan Astana.

Providing high quality hotel services is an integral part of the constant attention of the administration of the hotel, regardless of ownership. Achieving quality in the service sector — an important task, which provides entrepreneurial success.

However, the quality of hotel services is not only addressing the technical side of things. The efforts of the hospitality industry businesses have traditionally been aimed at attracting customers to the maximum fulfillment of the wishes of the guests, gain confidence. This can only guarantee their complete satisfaction.

Understanding the customer value, quality, balancing cost and the cost can increase profits by providing a hospitality enterprise to increase the price and sell more.

Improving the quality is based on the following factors:

- the ability to retain clients can reduce marketing costs and, consequently, increases the cost-effectiveness;
- satisfied client provides free advertising by spreading favorable oral information about the hotel.

The quality of hotel services is largely dependent on the skill and commitment of staff, on his creative abilities and skills to master new technologies, as well as the use of new organizational forms and processes used for customer service resource base.

In order to determine the degree of satisfaction with the quality of visitors the provision of hotel services in the hotels Prkin palace and Rixos questionnaire were conducted with visitors in May 2012 to June 2012. In the questionnaire participated 86 people aged 18 to 61 years.

The questionnaire covered the assessment of the quality of hotel services and their importance to consumers: the comfort and service of the hotel, and the personal data about the visitor: age, original country, motivation, type of employment and type of the room.

The study reached the following conclusions (Fig.5):

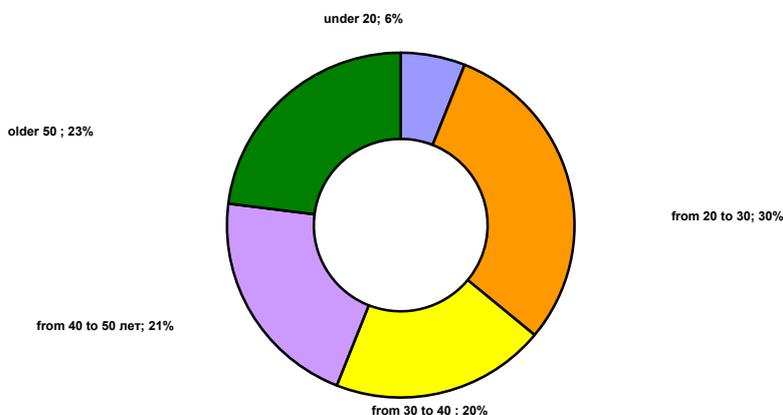


Figure 5. The age of the visitors of the hotel Pekin Palace

Rankings of respondents by age allowed to determine that the majority of visitors between the ages of 20 to 50 years. Visitors between the ages of 40 to 50 years (21 %), number of guests between the ages of 20 and 30 (30 %), slightly more than those from 30 to 40 years (20 %), visitors over 50 years left 23 % under the age of 20 years make up the smallest group of customers — 6 % of the total weight of all the guests (Fig.6).

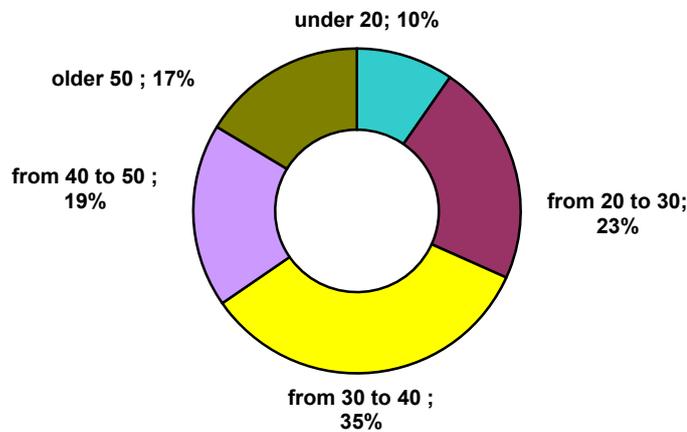


Figure 6. The age of the visitors of the hotel Rixos

The age of visitors in the Rixos hotel mostly are the ages of 30 to 40 years. Visitors between the ages of 30 to 40 years (35 %), number of guests between the ages of 20 and 30 (23 %), slightly more than those from 40 to 50 years (19%), visitors over 50 years left 17 % under the age of 20 years make up the smallest group of customers — 10 %. of the total weight of all the guests.

The next factor is to identify the purpose of visit. The main purpose of the visit to both hotels is business and politic trips, and only 20 % of respondents arrived at the hotel from a leisure and recreation. Consequently, the target market segments are the people who have come to make business and politic conferences and trips, so for this segment of the category should be prioritized for additional services and their maintenance policy is formed (Fig.7).

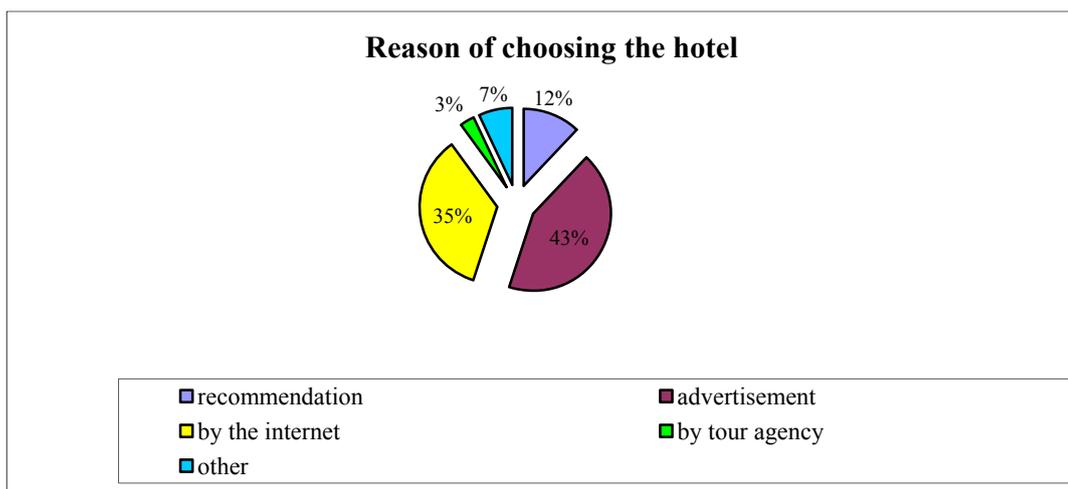


Figure 7. Information about the reason of choosing Pekin Palace hotel

In order to attract more visitors included a question about the motive for choosing this hotel. The main criterion for choosing the Pekin Palace hotel served as the advertising and the booking it in the internet. The main way of booking rooms is booking by the internet.

Nevertheless, 83 % of respondents were pleased with their stay at the hotel and will continue to use the services of the hotel.

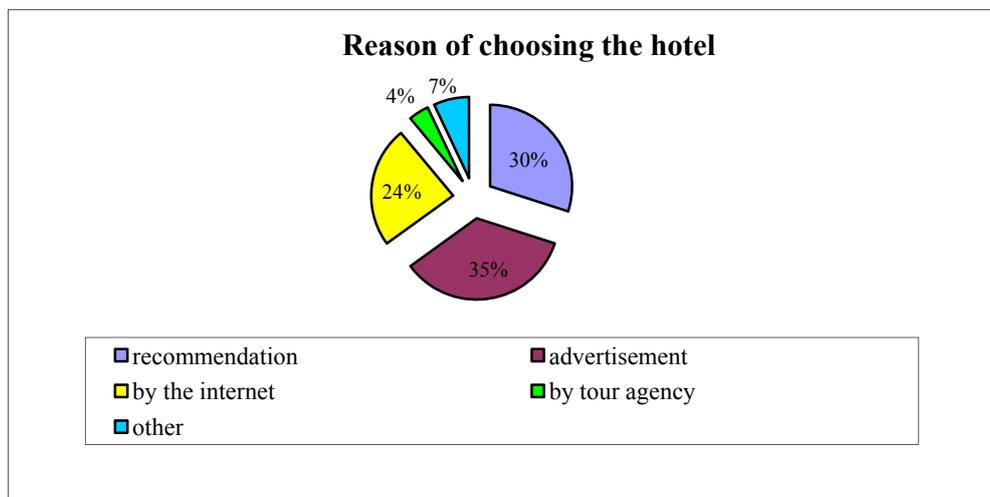


Figure 8. Information about the reason of choosing in the Rixos hotel

The motivation of choosing the Rixos hotel by visitors mainly is advertisement-35 %. And the other criterion for choosing the Rixos hotel served as the recommendation and the internet (Fig.8).

The main way of booking rooms is booking by the internet.

Nevertheless, 88 % of respondents were pleased with their stay at the hotel and will continue to use the services of the hotel.

Summing up the question of the questionnaire on general comments and suggestions identified the need expand the range of excursion services, development of new service and the price policy. The hotel also observed a lack of professionals involved in the organization of hotel service with the university major of Hospitality business [2].

In order to improve the functioning of the hospitality industry in the questionnaire included the question: «Rate the importance of the services offered on a scale. Following main types of factors: comfort, food, price, additional service and the level of the servicers used to determine and compare the competetiveness level between Rixos and Pekin Palace Hotel.

The result of this analyze is shown in the «Polygon of competitiveness» in figure 9. As the figure shows the most ranked factor in both hotels is location. The location of these hotels in the heart of Astana close to the downtown makes visitors to come every day. It's safe to say that the extremely favorable geographical location and the hotels have become the driving force to ensure stability advantages.

At the same time, most consumers of hotels services are not satisfied by the price policy of these hotels. The average indicator in Pekin Palace hotel according to price is 3 points, which is less to 1 point comparing with Rixos hotel.

Comfort and food and beverage services of both hotels ranked as average 5 points, which shows the word standard high level of facility and comfort.

Basicly, analysis of Polygon showed that the hospitality factors in the Rixos hotel are more competitive at least in all factors comparing to Pekin Palace hotel. Common results showed that both hotels need to pay due attention to characteristics such as level of additional services in the rooms, food quality and the formation of the price policy which is the priority.

Based on market research was revealed a level of quality hotel services. Respondents rated the parameters of a five-point scale: assessment of the «5» taken for a desired level (satisfaction), «4» — for partial satisfaction, «3» — the minimum satisfaction, «2» — is not satisfied, «1» — as complete dissatisfaction with hotel services the visitor.

Clients of the hotels were asked to determine the main indicators of the hotel service: quality, location, comfort, price, additional services, and the food and beverage. The main points which are perfect are comfort, location and food at the both hotels. Weak points in Pekin Palace hotel are price and the service level which were rated as 3.

By the results of the questionnaire was revealed the values of competitiveness «P» between the hotels Rixos and Pekin Palace.

$6 \cdot 5 = 30$ (Ideal value index of the competitiveness of the Hotel)

$5 + 5 + 5 + 4 + 4 + 4 = 27$ (The Value index of the competitiveness of the Rixos hotel)

$5 + 4 + 4 + 3 + 3 + 4 = 23$ (The Value index of the competitiveness of the Pekin Palace)

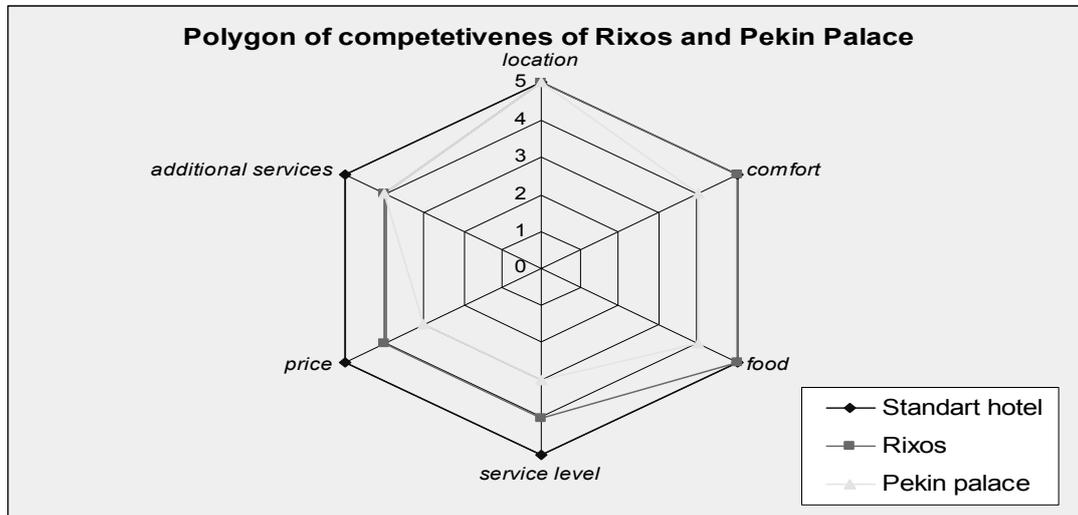


Figure 9. Polygon of competitiveness of Rixos and Pekin Palace hotels

The results of marketing research, revealed the degree of satisfaction with the quality of hotel services to visitors and their degree of importance. To achieve the performance necessary to improve the quality of hotel services, taking into account such factors, comfort of rooms, quality food, a wide range of additional services and the price policy (Table 3).

Table 3

SWOT — swot analysis of the hotel «Pekin Palace»

Strenght	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • The location of the hotel in a downtown of Astana • Unique Chinese style of the hotel • Good reputation with customers, the image of the hotel • Big number of rooms nad floors • A variety of additional services • Large area of the restaurants, the hotel allows you to serve major events and the conference halls • Membership in the SELUXE hotel chain. 	<ul style="list-style-type: none"> • Staff turnover, lack of qualified specialists. • The cost of some services higher than competitors • Poor organization of the marketing information system in the enterprise • Inflexible price • Low rate of occupancy
Opportunities	Treatments
<ul style="list-style-type: none"> • Expansion of the hotel • Improve the quality of service • Focusing on a broader segment of consumers • Expanding the range of additional services • Development of information technology • Expansion of the Partnership with China 	<ul style="list-style-type: none"> • Competition in the market of hotel services • The instability of the economic environment • Changing tastes and needs of customers

Note. Table has been made by authors.

Based on the characteristics of the hotel can be carried out SWOT-analysis, determining the strengths and weaknesses of the hotel, as well as future opportunities and threats to the environment.

This analysis will help determine what is the benefits the hotel, and by analyzing the weaknesses that you can change and improve, and how to reduce the impact of the weaknesses and threats to the environment.

Thus, the company operates the hospitality industry in emerging markets. There is a growing influence of market forces that demand greater competitiveness and customer satisfaction, ensuring the welfare of the hotel.

The results of the SWOT — analyze shows that the hotel complex has great potential and strengths, as opposed to competitors [3]. The image of the hotel, great coverage of travel companies involved in the implementation of vouchers to the hotel, as well as the general infrastructure allow the hotel to take a leading role in the Astana, to ensure the citizens' quality rest.

It is necessary to consider all the factors affecting the competitive position of its products for hotel to be competitive (Table 4).

Table 4

SWOT — swot analysis of the hotel «Rixos»

Strenght	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • The location of the hotel in a downtown of Astana • Unique Chinese style of the hotel • Good reputation with customers, the image of the hotel • Good image and reputation of the hotel • Presidential apartment status • A variety of additional services • Large area of the restaurants, the hotel allows you to serve major events and the conference halls • Membership in the RIXOS hotel chain. • Professional employment 	<ul style="list-style-type: none"> • High cost of the service • Inflexible price • Low rate of occupancy
Opportunities	Treatments
<ul style="list-style-type: none"> • Improve the quality of service • Focusing on a broader segment of consumers • Expanding the range of additional services • Development of information technology • The use of modern automation systems • Inclusion of the hotel into a global network redundancy • Expansion of partnership between Kazakhstan and Turkey 	<ul style="list-style-type: none"> • Competition in the market of hotel services • The instability of the economic environment • Changing tastes and needs of customers

Note. Table has been made by authors.

Despite all the advantages and opportunities, which has a hotel, do not forget about the constant improvement of service of guests, the quality of service, as well as to update the list of services and offers hotel guests and thereby increase profits and profitability of the hotel. Requires a constant search for the most effective means and forms of advertising. Need to constantly examine how the international experience and the experience of competitors, and learn the most effective forms of activity.

For further the success, the hotels need support from the state. Namely, it is necessary to improve the road infrastructure in the Astana need to allocate state subsidies or long-term loans at low interest rates, as the tourism sector makes it possible to create many more jobs in small businesses and make the right price policy which so necessary in the hotel business.

The development of the hotel services due to implementation of the Strategy of Kazakhstan's top fifty most competitive countries in the world tourism industry, together with the hotel sector is defined as a priority sector. However, the hotel business in need of government support aimed at improving the quality of services.

References

- 1 Volkov U.F. Hotel and tourism business. — Rostov n/D.: Fenix, 2009.
- 2 Chudnovski A.D. Managing of tourism industry. — Moscow: KNORUS, 2006.
- 3 Materials of the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan. Available at <http://www.stat.kz>

А.Т.Тілеубердинова, М.М.Үсенов, Д.М.Үсенова

Қазақстан Республикасында қонақ үй шаруашылығының бәсекеқабілеттілігін талдау

Мақалада қонақ үй шаруашылығы — туристік сала дамуын қамтамасыз ететін негізгі секторы екендігі аталып өткен. Қонақ үй шаруашылығының жағдайы мен даму деңгейі ішкі және шығу туризмнің дамуына тура әсер етеді. Қазақстан Республикасында қонақ үй индустриясының өзектілігі негізделіп, қонақ үйлердің орналасу, категория бойынша сегментациясы, қонақ үй шаруашылығының бәсекеқабілеттілігі көрсеткіштері келтірілген. Талдау негізінде Қазақстан Республикасында қонақ үй шаруашылығының дамуына кедергі жасайтын проблемалар айқындалды.

А.Т.Тлеубердинова, М.М.Усенов, Д.М.Усенова

Анализ конкурентоспособности гостиничного хозяйства в Республике Казахстан

В статье отмечено, что гостиничное хозяйство — основной сектор развития туристской отрасли. Состояние и уровень развития гостиничной индустрии напрямую влияют на уровень развития внутреннего и въездного туризма. Авторами проведен анализ основных направлений развития современного гостиничного бизнеса в Республике Казахстан. Рассмотрена актуальность гостиничной индустрии в стране, приведены сегментация гостиничных предприятий по размещению и категориям, конкурентоспособность гостиниц. На основе анализа выделены основные проблемы, сдерживающие развитие гостиничного хозяйства в Республике Казахстан.

УДК 338.439.02(479.24)

И.Алыев, Э.Мамед-заде

Институт экономики Национальной академии наук Азербайджана, Баку

Направления обеспечения продовольственной безопасности Азербайджанской Республики в условиях глобализации

В статье рассмотрены проблемы обеспечения продовольственной безопасности Азербайджанской Республики. Особо подчеркнута необходимость повышения государственного внимания к данным вопросам в условиях глобализации. Авторами проведен статистический анализ производства и использования основных продовольственных продуктов, на основе которого сделаны соответствующие выводы об уровне продовольственной безопасности в стране по данным продуктам. Показано, что, несмотря на возникшие в последние годы тенденции роста производства аграрной продукции, его организация и объемы все еще ниже потенциала аграрного сектора, в связи с чем даны необходимые рекомендации по обеспечению продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, обеспечение, стратегия, опустынивание, население, поддержка, аграрный сектор, совершенствование, глобализация.

Продовольственная безопасность — составная часть национальной безопасности государства и условие стабильной жизнедеятельности общества. В мировой практике понятие «продовольственная безопасность» применяется, прежде всего, при оценке состояния внутреннего продовольственного рынка. Однако данная категория имеет не только социально-экономический, но и общественно-экономический характер: первая категория предполагает, что в соответствии с принятыми в стране нормами потребления государство должно создавать условия для удовлетворения своих граждан основными продовольственными продуктами, а вторая — для этого оно должно концентрировать свои внутренние ресурсы с учетом природных условий страны. При этом продовольственная безопасность стран с развитой и развивающейся экономикой имеет свои различия. Мы согласны с авторами, кото-

рые отмечают, что в Азербайджане обеспечение продовольственной безопасности — одна из самых актуальных проблем, в связи с чем проводимые в этом направлении научные исследования представляют значительный теоретический и практический интерес, если учесть, что решение этой проблемы — одно из условий сохранения суверенитета государства, экономической безопасности и социальной стабильности в обществе, в конечном счете, национальной безопасности [1, 2].

Таким образом, данный вопрос имеет важное значение с точки зрения национальных интересов страны, особенно в условиях глобализации, а его решение предполагает: удовлетворение спроса потребителей на продовольственную продукцию; обеспечение промышленного сектора сырьем местного производства; сохранение макроэкономической и общественной стабильности; сокращение зависимости экономики от изменений мировой экономической конъюнктуры; развитие внутреннего аграрного сектора и агропромышленного комплекса; сокращение импорта продовольственных товаров; обеспечение высоких доходов населения в сельской местности; предупреждение отрицательного влияния на национальный продовольственный рынок мировых финансово-экономических кризисов.

Обеспечение продовольственной безопасности, на наш взгляд, требует эффективного воздействия на все факторы, связанные с реализацией стратегических, национальных, экономических интересов в сфере производства и продвижения продовольственной аграрной продукции к потребителям. Соответственно, важна разработка эффективной стратегии и тактики в указанной сфере, выражающихся в сельскохозяйственной политике государства, нацеленной на достижение оптимальных условий для эффективного удовлетворения спроса потребителей на продовольственные продукты аграрного сектора благодаря рациональному использованию его производственного потенциала.

Данная стратегия предполагает применение ряда системных долгосрочных мероприятий, в т.ч. по аудиту факторов, представляющих угрозу для удовлетворения населения продовольственными продуктами, а также по ликвидации негативных тенденций в сфере продовольственной безопасности. Разработка мер государственной политики по эффективному удовлетворению спроса потребителей на продукты питания, а также спроса промышленного сектора на сельскохозяйственное сырье благодаря производству более лучшей (с точки зрения ее потребительских свойств) продукции и применению более гибкой политики регулирования закупочных цен в сфере аграрного производства.

Для анализа современного положения, связанного с продовольственной безопасностью за 2012 г., рассмотрим нижеследующие диаграммы, составленные по некоторым стратегическим продовольственным продуктам на основе данных Государственного Комитета Статистики Азербайджанской Республики [3]. Отметим, что посредством данных диаграмм возможно определить относительную величину спроса на соответствующие продукты и оценить возможности местного производства данных продуктов. Величину спроса, на наш взгляд, можно определить на основе следующей формулы:

$$П + И + О - Э = С ,$$

где C — спрос на соответствующие продукты питания; $П$ — объем производства продуктов; $И$ — импорт соответствующих продуктов; $О$ — остаток продуктов на начало года; $Э$ — экспорт соответствующих продуктов.



Рисунок 1. Соотношение всех видов ресурсов птицы и мясопродуктов и их использование за 2012 год (в тоннах)

Как видно из рисунка 1, спрос на мясо и мясопродукты, согласно указанной выше формуле, будет равен 297130 тоннам. Это значит, что местное производство все еще не может покрыть потребность населения в мясе и мясопродуктах в объеме 43358 тонн. Учитывая тот факт, что в Азербайджане

не очень благоприятные условия для разведения продуктивного скота (географический ареал Азербайджана включает в себя 9 климатических зон из 11), становится ясным, насколько огромен потенциал кормовых запасов для разведения различных пород продуктивного скота.

Кроме того, отметим, что развитие животноводства Азербайджана в соответствии с современными требованиями предотвратит процесс опустынивания в республике, который связан в основном с пастбищами. Использование этих пастбищ ненадлежащим образом приводит к процессу опустынивания. Так, согласно данным Министерства сельского хозяйства Азербайджанской Республики, 3,7 миллиона гектаров территории Азербайджана подвержены эрозии, до 1,2 миллиона гектаров почвы подвержены засолению. Однако данные вопросы находят свое решение в Государственной программе «О рациональном использовании летних и зимних пастбищ и сенокосов и о предотвращении процесса опустынивания в Азербайджанской Республике», а Министерство экологии совместно с Министерством сельского хозяйства и Госкомитетом по земле и картографии Азербайджана проводит соответствующие работы по разрешению существующей проблемы.

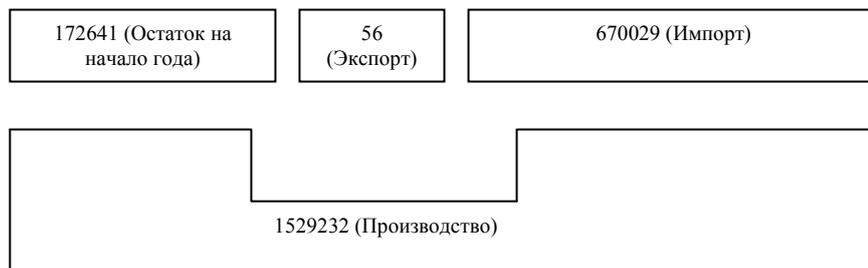


Рисунок 2. Соотношение всех видов ресурсов молока и молочных продуктов и их использование за 2012 г. (в тоннах)

Из данных рисунка 2 видно, что потенциал роста национального аграрного производства для удовлетворения внутреннего спроса на продовольственные товары достаточно высок и равен 2371846 тоннам, или 64,4 % от уровня внутреннего производства. Бесспорно то, что производство молокопродуктов и молока напрямую зависит от роста поголовья продуктивного скота. Учитывая широкие возможности сельского хозяйства Азербайджана, связанные с его естественно-климатическими условиями, и ежегодный рост бюджетных расходов в сферу сельского хозяйства (в т.ч. на закуп высокопроизводительных пород продуктивного скота), нетрудно прийти к выводу, что поднять уровень поголовья продуктивного скота, в принципе, не представит большой проблемы.

По данным Минсельхоза Азербайджанской Республики, на территории страны есть 56 компаний по переработке молока, и их продукция обеспечивает потребности 30 % населения. Населению Азербайджана, примерно в 9 млн человек, ежегодно необходимо около 2,5 млн тонн молока. По информации Министерства, общая производительность всех перерабатывающих предприятий составляет 0,8 млн тонн, и практически 100 % этой продукции изготавливается из сухого молока, что доказать не так трудно. По статистике, в стране ежегодно производится лишь 1,5 млн тонн молока. Таким образом, между спросом и предложением существует дефицит в 1 млн тонн [4]. Как видим, наши расчеты и данные Министерства сельского хозяйства практически совпадают.

По рисунку 3, используя нашу методику подсчета товарного спроса, можно получить соответствующий объем спроса по республике на яйцо и яичную продукцию, равный 1232424 тоннам. Непокрытый спрос на данную продукцию составил соответственно $1232424 - 1178586 = 53838$ тонн, или 4,56 % от уровня внутреннего производства данной продукции. Можно констатировать тот факт, что, хотя объем необходимого роста производства для удовлетворения текущей потребности в яичной продукции относительно невелик, это лишний раз свидетельствует о недостаточной эффективности местного производства по данному виду продукции.



Рисунок 3. Соотношение всех видов ресурсов яиц и яичных продуктов и их использование за 2012 г. (в тыс. штук)

Вместе с тем следует отметить, что до последнего времени спрос на яйцо покрывался в основном за счет импортных поставок и лишь на 45 % за счет внутреннего производства. Для преодоления этого отставания, при содействии Национального фонда поддержки предпринимательства (НФПП) при Министерстве экономического развития Азербайджана, с июня 2010 г. начался процесс создания 12 новых птицеводческих хозяйств, ориентированных на производство племенных яиц. Шесть из них будут созданы в Абшеронском экономическом регионе, три — в Аранском и по одному — в Горно-Ширванском, Гянджа-Газахском, Шеки-Загатальском регионах Азербайджана. Стоимость всех 12 проектов по развитию птицеводства оценивается в более чем 40 млн азербайджанских манатов, 26 млн из которых выделит НФПП.



Рисунок 4. Соотношение всех видов ресурсов сахара и сахарных продуктов и их использование за 2012 г. (в тоннах)

Как видно по данным рисунка 4, мы имеем совокупный спрос на сахар и сахарную продукцию, равный 270768 тоннам. Объем совокупного спроса, который необходимо удовлетворить за счет внутреннего производства, соответственно составил 70336 тонн, или примерно 20,6 % от объема внутреннего производства данной аграрной продукции.

Необходимо подчеркнуть, что сахарная свекла в республике выращивалась еще до советского периода. Культивирование сахарной свеклы было вновь начато с середины 90-х годов прошлого века в Нахчиване, Бейлагане, Сабирабаде, Имишлы и Сальяне. Выращивалось до 50000–60000 тонн сахарной свеклы ежегодно. Из Азербайджана продукция вывозилась в виде сырья.

В 2005 г. компанией «АЗЕРСУН ХОЛДИНГ» была введена в строй Имишлинская сахарная фабрика ООО «Azerbaijan Seker Istehsal Birliyi». Предприятие является крупнейшим в регионе и единственным в Закавказье. Для обеспечения фабрики сырьем и посева сахарной свеклы отведена территория размером в 16000 га. Общая площадь посевов будет достигать 65000 га. В день планируется производство 650 тонн сахарного песка. Наряду с сахарным песком на заводе будет производиться до 30000 тонн патоки и 175000 тонн лимфы. Производимая лимфа будет использоваться как корм в животноводстве. Наряду с этим планируется увеличить государственную поддержку развития сахарного производства в Азербайджане, что будет выполняться в рамках Государственной программы помощи сельскому хозяйству.

Необходимо отметить, что государственная поддержка аграрного сектора всегда была одной из приоритетных задач Президента и Правительства Азербайджанской Республики. Осуществленные в последние годы целенаправленные меры придали импульс динамичному развитию сельского хозяйства и производству продовольственных товаров. В результате этого в 2012 г. производство валового продукта в сельском хозяйстве возросло по сравнению с 2004 г. в 2,6 раза, в том числе в 2,3 раза —

в растениеводстве и в 3,1 раза — в животноводстве. За счет средств государственного бюджета в 2005–2012 гг. и в течение четырех месяцев 2013 г. обществом было закуплено, реализовано или передано в лизинг, в соответствии с утвержденными правилами, 11 тысяч 398 единиц сельскохозяйственной техники, в том числе 990 зерноуборочных комбайнов, 3 тысячи 124 трактора, 160 экскаваторов, 7 тысяч 124 различные сельскохозяйственные машины, 76 единиц технологического оборудования, в том числе оборудование для холодильных камер, заводов по производству молока и кормов, теплиц и других хозяйств, 297 тысяч тонн минеральных удобрений, 301 тонна пестицидов. В настоящее время филиалы «Агросервиса» при ОАО «Агролизинг» действуют в большинстве районов республики. В целях стимулирования производителей сельскохозяйственной продукции из государственного бюджета на аграрную сферу предоставляются субсидии по ряду направлений. Так, в связи с реализацией Распоряжения Президента Азербайджанской Республики «О государственной поддержке производителей сельскохозяйственной продукции» продолжается предоставление производителям помощи в размере 40 манатов за топливо и моторные масла, используемые при возделывании каждого гектара посевных площадей и многолетних посевов, а также дополнительно в размере 40 манатов за каждый гектар посевов пшеницы и риса. В целом в течение 2007–2012 гг. с этой целью производителям сельскохозяйственной продукции были предоставлены субсидии на сумму 307,5 миллиона манатов [5]. Следует отметить, что в 2012 г. показатели производства большинства видов сельскохозяйственной продукции в нашей стране были выше аналогичных показателей 2005 года. За пятилетний срок имел место прирост общего объема сельскохозяйственной продукции на 64,2 %, в том числе: продукции растениеводства на 76,6 %, животноводства — на 58,5 % [3].

Однако, несмотря на возникшую в последние годы тенденцию роста, производство аграрной продукции все еще ниже уровня потенциала национальной экономики. В основном потому, что развитие новых отношений собственности сформировало на селе проблему, связанную с отсутствием требуемых условий для роста выпуска продукции и нерациональным использованием ресурсов. Как показал анализ, именно по этой причине спрос населения на продовольственную продукцию обеспечивается в значительной степени через каналы импорта.

На данном этапе не существует предложений по развитию продовольственного рынка страны, к разработке продовольственной программы подходят исходя из двух разных позиций:

- обеспечение спроса населения на продовольственную продукцию за счет внутреннего производства [6];
- совершенствование его продовольственного обеспечения посредством развития соответствующих международных экономических отношений, свободной торговли — с помощью импорта [7, 8].

Согласно анализу результатов реформ в аграрном секторе Азербайджана можно сделать вывод о том, что эффективность многоукладной структуры в аграрном секторе экономики зависит не только от взаимосвязанного существования всех видов собственности, но также от уровня их взаимодействия. Формирование одинаковых условий для развития в сельском хозяйстве и АПК различных форм собственности, укрепление взаимосвязей и эффективной интеграции всех интересов различных хозяйствующих субъектов позволят обеспечить нормальное функционирование национального продовольственного рынка в долгосрочной перспективе. Эффективность такого подхода главным образом означает независимость данных субъектов, практику стимулирования их развития со стороны государства, возможность реализации имеющейся в их распоряжении продукции через любые каналы сбыта.

По общепринятым в международной практике нормам уровень продовольственной безопасности определяется удельным весом внутреннего (национального) производства в общем объеме удовлетворения спроса. В случае, когда доля продукции не превышает 80 % от общего объема спроса на конкретный вид продукции, ситуацию с продовольственной безопасностью можно считать критической [9]. Так, используя этот критерий и основываясь на данных указанных выше диаграмм можно оценить ситуацию с продовольственной безопасностью по соответствующим продуктам. Положение с удовлетворением спроса на мясо и мясопродукты благоприятное, так как производство данной продукции составляет 85,4 % от уровня ее общего спроса; у молока данный показатель 64,4 %, т.е. здесь наблюдается критическое положение со снабжением данного продукта; в производстве яиц и яичной продукции ситуация хорошая, так как данный показатель составил 95,6 %, а в сфере удовлетворения потребителей сахаром и сахарной продукцией ситуация в высокой степени благоприятная, в связи с тем, что наблюдается резкое преобладание объемов производства над спросом на данную продукцию, поскольку рассматриваемый показатель по данному продукту составил 125 %. Этот расчет показыва-

ет, что в Азербайджане большой потенциал для экспорта сахарной продукции на ближайшую перспективу.

В мировой практике как средство нетарифного регулирования, с целью предотвращения продовольственной зависимости и сокращения импорта, применяются сбытовые квоты, в частности, для ограничения объема реализации сельскохозяйственной продукции, производимой зарубежными товаропроизводителями, и усиления позиций отечественных производителей этой продукции на внутреннем рынке, в том числе за счет их экономического стимулирования. Необходимо отметить, что продовольственная безопасность любого государства — неотъемлемая часть ее национальной безопасности, что особенно актуально при современных тенденциях глобализации. На Всемирном саммите по продовольственной безопасности в середине ноября 2009 г. в Риме главы государств и правительств в итоговом документе — Декларации саммита — подчеркнули, что ответственность за обеспечение продовольственной безопасности лежит на странах и что любые планы по решению задач в области обеспечения продовольственной безопасности должны выработываться, формулироваться, реализовываться и признаваться самими странами, действующими на основе консультаций, со всеми основными заинтересованными структурами. «Мы будем отдавать главный приоритет обеспечению продовольственной безопасности и отразим это в наших национальных программах и бюджетах», — отмечено в Декларации [10].

Следует отметить, что в условиях глобализации развитие аграрного сектора тесно связано с интеграцией в мировое хозяйство. Наша страна с первых дней независимости перешла к этому процессу. Непосредственную поддержку в данной интеграции оказали Международный валютный фонд, Всемирный банк, Европейский банк реконструкции и развития, а также другие международные финансовые институты. Все это способствовало формированию международных и национальных характеристик аграрного сектора страны в условиях глобализации. Международный аспект развития аграрного сектора связан с переходом концентрированного капитала и производства на стадию неравномерного развития мировой экономики. В связи с этим на повестку дня выходят проблемы конкуренции монополизированного капитала.

В данных условиях главной целью аграрного развития страны должно являться обеспечение продовольственной безопасности. В первую очередь необходимо покрыть потребность национальной экономики в продовольственных товарах, а впоследствии на основе совершенствования производства и импорта данных продуктов улучшить структуру потребления населения.

Обеспечение продовольственной безопасности в условиях глобализации, на наш взгляд, возможно при условии максимального использования аграрного потенциала страны. Для этого следует провести следующие мероприятия:

- восстановление утерянных ранее производственных возможностей аграрного сектора в первую очередь за счет внутреннего инвестирования;
- устранение факторов, создающих угрозу «продовольственной безопасности» на основе проведения комплекса мероприятий;
- создание эффективных механизмов доставки сельскохозяйственной продукции от производителя до конечного потребителя;
- образование необходимой базы для эффективного инвестирования путем реформирования структуры управления в аграрном секторе.

Список литературы

- 1 Аббасов А.Ф. Обеспечение продовольственной безопасности как приоритетное направление для защиты внутреннего рынка / Азербайджанский научно-исследовательский институт экономики и организации сельского хозяйства // Научные труды. — 2004. — № 3. — С. 2–20.
- 2 Салахов С.В. Проблемы государственного регулирования в аграрном секторе. — Баку: Нурлар, 2004. — 504 с.
- 3 Статистические показатели Азербайджана: Ежегодный статистический сборник Государственного статистического комитета Азербайджанской Республики; Изд. МП № 9. — Баку, 2012. — 848 с.
- 4 <http://www.anspress.com/index.php?a=2&lng=ru&nid=116195>
- 5 <http://1news.az/economy/20110508012205324.html#page999>
- 6 Ибрагимов И.Г. Актуальные проблемы аграрной экономики. — Баку: Издание «Техсил», Центр экономических реформ при Министерстве экономического развития, 2002. — 220 с.
- 7 Халилов Н.А. Национальная продовольственная безопасность: рыночные трансформации и факторы экономической глобализации: Монография. — Баку: «Элм», 2001. — 375 с.

8 *Крылов В.С.* Развитие сельского хозяйства и продовольственная безопасность России // Достижения науки и техники АПК. — 2003. — № 1. — С. 2–5.

9 Правовое обеспечение продовольственной безопасности современной России: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Специальность 05.26.02. — Безопасность в чрезвычайных ситуациях / Х.У.Белхароев; Науч. рук. Н.В.Кривельская. — М., 2003. — 28 с.

10 http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/summit_2009_declaration.pdf.

И.Алыев, Э.Мамед-заде

Жаһандану жағдайында Өзербайжан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бағыттары

Мақалада Өзербайжан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелері қарастырылған. Жаһандану жағдайында азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесіне мемлекеттік маңыз беру қажеттігі айрықша айтылған. Мұнда авторлар негізгі азық-түлікті, өнімдерді өндіруді және пайдалануды талдау негізінде бұл өнімдер бойынша елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету деңгейі туралы қорытынды жасаған. Сондай-ақ соңғы жылдары аграрлық өнімдер өндірісінің өсу үрдісі байқалғанымен, оны ұйымдастыру деңгейі және көлемі аграрлық сектордың әлеуметінен төмен болып отырғаны айтылып, елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша қажетті ұсыныстар жасалған.

I.Alyyev, E.Mamed-zade

The directions of ensuring food security of the Azerbaijan Republic in conditions of globalization

In this article authors consider problems of ensuring food security of the Azerbaijan Republic. In article need of increase of governmental attention to the matters in the conditions of globalization is especially emphasized. Here authors carry out the statistical analysis of production and use of the main food products, on the basis of which made the corresponding conclusions about level of food security in the country by data of product. In article it is emphasized that, despite the tendencies which have arisen in recent years of growth of a production of agrarian production, its organization and volumes is still lower than the potential of agrarian sector and necessary recommendations about ensuring food security are made in this regard.

А.Т. Интымакова

Институт управления Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан, Астана

Анализ зарубежного опыта государственного управления в сфере охраны окружающей среды

В статье выполнен анализ природоохранных законодательств, приведены методы экономического и административного государственного регулирования в развитых странах. Проиллюстрированы основные тенденции в сфере государственного управления охраной окружающей среды в странах с развитой рыночной экономикой. Раскрыты основные теоретические аспекты государственного управления в сфере охраны окружающей среды зарубежных стран в сравнении с казахстанской практикой. Сделан вывод о том, что в Республике Казахстан в период дальнейшего развития рыночных отношений целесообразно применить передовой мировой опыт по административному управлению охраной окружающей среды в сочетании с экономическими методами, широко используемыми странами с развитой рыночной экономикой.

Ключевые слова: государственное управление, природоохранная деятельность, природные ресурсы, окружающая среда, экология.

Республика Казахстан обладает богатыми и разнообразными природными ресурсами. Сырьевой потенциал представлен многообразием топливно-энергетических, металлических и неметаллических минеральных ресурсов. В недрах страны залегают большие запасы железных, медных, хромовых, марганцевых руд, цветных и редких металлов, строительных и декоративных каменных материалов. Казахстан занимает первое место в мире по разведанным запасам цинка, вольфрама, второе место — по серебру, свинцу, хромитам, третье — по меди, четвертое — по молибдену. Поэтому основной целью экономики нашей страны является повышение эффективности использования природных ресурсов и сокращение негативного воздействия на окружающую среду.

Однако государственное управление в сфере охраны окружающей среды и природопользования на сегодняшний день претерпевает существенные изменения в структуре уполномоченных органов управления. На наш взгляд, для создания оптимальной системы административно-правового регулирования природопользования и охраны окружающей среды необходимо проанализировать современную зарубежную и казахстанскую теорию и практику. Интерес к ознакомлению с зарубежной практикой и законодательством административного регулирования в сфере природопользования и охраны окружающей среды вызван, прежде всего, стремлением заимствовать все лучшее, что накоплено в передовых странах.

В настоящее время осознание остроты и необходимости решения экологических проблем все в большей степени носит глобальный характер. Независимо от географического расположения стран и уровня их экономического развития универсальность и взаимообусловленность экологических задач позволяют вырабатывать общие предложения и меры, путь к решению которых — сбалансированное развитие человечества.

В развитых странах довольно ощутимый характер носит государственное вмешательство в природопользование. Созданы иерархические системы управления, выделены цели природоохранной политики, ее объекты, а также уровни осуществления. В основу проведения экологической политики и ее финансирования в большинстве развитых стран положен принцип нормативного качественного состояния окружающей среды, который достигается путем установления стандартов на загрязнение различного рода. Переход к этим стандартам обеспечивается соответствующей налоговой политикой, носящей как карательный, так и стимулирующий характер: использование дотаций, льготного кредитования, введение в практику «систем торговли загрязнениями», или платежей за их нормативный и сверхнормативный уровни, штрафы. И все же основная цель экологических платежей — это не пополнение государственного бюджета, а стимулирование плательщика к позитивной, с точки зрения охраны окружающей среды, экологической практике [1].

Следует отметить, что большинство международных финансовых институтов и организаций считают приоритетным устойчивое развитие своей деятельности как с экономической, так и с экологической точки зрения. Экономический механизм природопользования многих стран представляет

собой экологически ориентированную совокупность структур, форм и методов управления природопользованием, где наряду с экологическими представлены правовые, административные, общественные и другие формы и методы, создающие систему экономических рычагов и стимулов воздействия. С их помощью обеспечивается регулирование эколого-экономических интересов между обществом и природопользователями, а также стимулируется природоохранная деятельность природопользователей. Этот механизм включает платежи за загрязнение; штрафы за нарушение природоохранных законов, норм и правил; прямые и косвенные субсидии частным компаниям; субвенции региональным и местным органам власти; кредиты под низкий процент; льготные тарифы компаниям на очистку стоков на муниципальных очистных сооружениях и т.д. [2].

Для достижения целей рационального природопользования и охраны окружающей среды подходит любая мера, вызывающая изменение в поведении различных субъектов в данном направлении. На наш взгляд, следует более подробно рассмотреть виды экономического стимулирования, применяемые в зарубежных странах по управлению рациональным природопользованием и охране окружающей среды.

Самым распространенным и действенным видом экономического стимулирования являются платежи за загрязнение, система которых получила распространение во Франции, Японии, Нидерландах, Великобритании, ФРГ и других странах.

Следует отметить, что такой вид платежей с целью экономического стимулирования используют и в Казахстане. В настоящее время плата за эмиссии в окружающую среду устанавливается в соответствии с Налоговым кодексом Республики Казахстан и взимается с плательщиков в пределах нормативов, определенных в экологическом разрешении. За фактический произведенный объем эмиссий платежи производятся ежеквартально с поступлением средств в местные бюджеты, за сверхлимитный — ставки увеличиваются в десять раз. Средства же от возмещения ущерба (штрафы, иски, взыскания) идут в республиканский бюджет. Плата за эмиссии в окружающую среду поступает в местные бюджеты без целевого назначения, и эти средства используются по усмотрению местных исполнительных органов.

Однако недостатком существующего положения дел с финансированием природоохранных мероприятий в Казахстане является то, что остается неотработанным механизм использования средств, предназначенных на природоохранные мероприятия. Данная ситуация обусловлена обезличенностью поступлений от экологических платежей, концентрирующихся в республиканском и местных бюджетах. Распределение этих средств ведётся без акцента на экологические мероприятия. На местном уровне они распределяются акиматами, и объем направляемых непосредственно на решение экологических проблем средств в среднем не превышает 30 %. Реализация экологических проектов финансируется зачастую по остаточному принципу. Местные исполнительные органы в основном используют данный вид денежных поступлений на решение текущих вопросов жизнеобеспечения, поддержку социального уровня, решение инфраструктурных вопросов.

С целью усовершенствования механизма решения экологических проблем следует также учесть, что за рубежом, помимо платы за загрязнение вод, практикуются другие виды платежей, которые служат для экономии ресурсов, ограничения потребления загрязняющих видов сырья и материалов, оплаты услуг по ликвидации отходов и т.д. Так, в некоторых странах введен особый налог на оплату услуг по сбору бытовых отходов, расширяется практика залоговых платежей (на стеклотару, автотранспорта, аккумуляторные батареи и т.д.).

Что касается забора воды из поверхностных водных объектов, то существует целая система подходов, связанных с региональным использованием этих источников питьевого и хозяйственно-бытового водоснабжения. Так, в странах с ограниченными водными ресурсами (это, прежде всего, страны Южной Африки, Северного Китая, Индии, Мексики, Северной Америки, Канады) введены различные системы сборов: либо единая система для всего государства, либо дифференцированная — в соответствии с потребностями регионов и муниципалитетов. Последовательное применение такой системы ведет к дальнейшему ее усовершенствованию: размер сборов устанавливается в соответствии с качеством воды в водном объекте, видом пользования, объемом безвозвратного водопотребления, способностью водного объекта к восстановлению объема водных ресурсов и т.д.

При заборе высококачественной воды из подземных источников или коммунальных водопроводов в некоторых странах взимается более высокий сбор. Например, в Израиле, где существуют серьезные проблемы нехватки питьевой воды.

Весьма распространенным видом экономического стимулирования являются также штрафы за нарушение природоохранного законодательства, размер которых, как правило, зависит от степени загрязнения по сравнению с установленными стандартами. Изымаются они в соответствии с местными условиями на основе большого количества ставок. Например, в Нидерландах основой для определения размера штрафа служит количество сбрасываемых загрязняющих веществ.

Налоговые меры являются одним из самых действенных и эффективных способов снижения негативного воздействия на окружающую среду. Таким образом власти добились сокращения объемов сброса промышленных сточных вод в городские очистные сооружения от компаний, пользовавшихся этими сооружениями.

Заслуживает внимания система поощрений, связанная с природоохранными мероприятиями. Так, в Австрии промышленным предприятиям на осуществление мероприятий по очистке сточных вод и охране водных объектов, воздушной среды, обработке и вторичному использованию отходов оказывается помощь в основном в форме займов под относительно небольшие проценты — 6 % на период в 10 лет (в исключительных случаях — на 15 лет). Такая процентная ставка представляет собой самый высокий уровень субсидирования стоимости кредита правительством.

Финансовая скидка также предоставляется владельцам автомобилей, использующих малозагрязняющий бензин или при переводе на такое топливо. Это способствует разработке новых экологически чистых технологий и улучшению экологической обстановки в стране. Лидером в этой области является Япония.

Постепенный переход от использования налоговой системы к более широкому подходу, направленному на изменение восприятия проблем окружающей среды, при установлении ответственности лиц, чьи действия могут привести к неблагоприятным последствиям для окружающей среды, наблюдается в Канаде за последние 15–20 лет. Так, финансовые стимулы на федеральном уровне включают предоставление финансовой помощи и займов на строительство и содержание коммунальных канализационных систем и сооружений.

Экономические меры, помимо налоговых льгот, не связанные с оказанием финансовой помощи, применяются в Финляндии — это сборы за сброс сточных вод в коммунальные системы водоотведения, ликвидация отходов, проведение мероприятий по охране вод, борьба с разливами нефти, а также обложение специальными налогами напитков в таре одноразового пользования. При этом органы власти различных уровней наделены большими правами по предоставлению различных льгот и скидок в налогообложении при приобретении природоохранного оборудования. Одним из важных моментов экологического воспитания, которому в стране уделяется много внимания, является воспитание бережливости, ставшей образом жизни финнов: экономия электроэнергии, воды, бумаги, одежды присутствует повсюду в этой стране, а сборы за утилизацию включены в стоимость вещи.

В ФРГ реализация природоохранной политики сопровождается принятием целого ряда экономических и финансовых мер, программ льготного кредитования, субсидий на капитальные вложения. В частности, закон о взимании сборов за сброс сточных вод, кроме мер административного характера, содержит в себе экономические стимулы для принятия мер по сокращению объема сбрасываемых сточных вод и повышению степени их очистки, а также для разработки и внедрения прогрессивных, мало- и безотходных технологий. В установленных этим законом рамках лица, ответственные за сброс сточных вод, имеют возможность выбрать наиболее эффективные в экономическом отношении варианты — либо выплата штрафов, либо принятие превентивных мер.

В части охраны атмосферного воздуха существует «положение о компенсации», которое охватывает все существующие источники выбросов загрязняющих веществ и предоставляет компаниям большую свободу выбора в отношении методов и средств соблюдения установленных норм чистоты воздуха. Компании, расположенные в одной местности, вынуждены обеспечивать соблюдение требований в отношении качества воздуха в данной местности. С этой целью они могут объединить свои усилия для обеспечения снижения уровня выбросов до установленных норм [2].

В ряде стран Западной Европы и США созданы «биржи отходов», занимающиеся сбором, обработкой и распространением информации об образующихся в регионе отходах (их физико-механических свойствах, составе, объеме). Биржи становятся посредниками между производителями отходов и их потенциальными потребителями, предлагают возможности утилизации без больших дополнительных вложений. Затраты иногда ограничиваются оплатой за перевозку, если поступающие прежде на свалки или водоемы отходы оказываются пригодными для производственных нужд. Развитие этих специфических рыночных отношений зависит от цен, которые должны стимулировать

использование отходов вместо первичного сырья. Подобный подход логичен, так как производитель отходов должен платить за их размещение на свалках и за загрязнение окружающей среды. Например, в США стоимость размещения твердых бытовых отходов (далее — ТБО) на свалках достигает 100 долларов за тонну, а особо из них опасных — 2500 долларов.

Построены и работают предприятия по сжиганию отходов для получения энергии, комплексной переработке отходов с извлечением полезных компонентов. В США мощность действующих, строящихся и проектируемых предприятий по переработке отходов оценивается в 30–35 тыс. т в день. Предприятия по переработке отходов действуют в Германии, Италии, Англии, Швеции, Франции и других странах [3].

В последние годы за рубежом внедряется переработка ТБО с предварительным их разделением по видам в местах образования, что не только позволяет сохранять окружающую среду, но и выгодно экономически.

Среди плюсов раздельного сбора ТБО можно выделить следующие:

- исследования показали, что продукты сжигания отходов содержат значительное количество веществ, оказывающих вредное воздействие на человека. Например, на мусоросжигательных предприятиях отмечаются случаи выделения ядовитых веществ из ряда непреднамеренных стойких органических загрязнителей — диоксинов и фуранов;

- внедрение системы раздельного сбора бытовых отходов позволяет уменьшить их количество, вывозимое на свалки, в 3 раза;

- без отделения ценных видов вторичного сырья (стеклобой, вторичное полимерное сырье, металлы и др.) при сжигании ТБО получается компост очень низкого качества, годный практически только для засыпки.

Следует отметить, что для Республики Казахстан вопросы утилизации и вторичного использования отходов производства и потребления также имеют большое значение. В первую очередь, актуальность данной проблемы связана с растущими объемами накопленных отходов — около 30 млрд т, в том числе опасных [4].

В целях решения данной проблемы с 2013 г. вводится новый инструмент управления, который доказал свою эффективность для решения проблемы сокращения отходов в развитых странах, — программа управления отходами. В программе будут заложены мероприятия по сокращению образования и увеличению утилизации и переработки отходов [5].

Кроме того, в соответствии с Указом Главы Государства «О дальнейшем совершенствовании системы государственного управления Республики Казахстан» от 16.01.2013 г. № 466 функции по вопросам утилизации твердых бытовых отходов переданы от Агентства Республики Казахстан по делам строительства и жилищно-коммунального хозяйства в Министерство охраны окружающей среды Республики Казахстан. Данная передача функций по управлению отходами потребления — это первый этап по сосредоточению полномочий в области государственного управления отходами производства и потребления.

Подводя итог изложенному выше, отметим, что представленный в статье опыт разных стран показывает, что центральные уполномоченные органы государственного управления природными ресурсами должны являться держателями инвестиционных средств и отвечать за их распределение. Но не нужно забывать, что управление отдельными видами природных ресурсов в некоторых случаях требует применения специфических методов и принципов, которые компетентны органам власти на нижестоящих уровнях.

Вопросы управления и обращения с отходами производства и потребления в зарубежной практике регулируются отдельными законами и нормативными документами, в которых учтены основные положения Директив Европейского Союза и международных конвенций по отходам.

Существующая практика показала, что успех программ извлечения и переработки отходов производства и потребления в конечном итоге зависит от состояния рынков вторичного сырья. Разделение отходов экономически выгодно только тогда, когда конечные продукты имеют рынок сбыта или если удастся избежать значительной платы за размещение отходов на свалке или их сжигание. В целом, система управления отходами фокусируется на процессах минимизации образуемых отходов и в максимальной степени их вторичного использования.

Список литературы

- 1 *Рахимжанова Р.И.* Экономика природопользования: Учеб.-практ. пособие. — Караганда, 2002. — 187 с.
- 2 *Джангиров Д.А.* Развитие экономического инструментария природопользования в регионе: Монография / Д.А.Джангиров, 2010. — 350 с.
- 3 Вторичная переработка пластмасс: структура и свойства, добавки, оборудование, применение / Под ред. Ф.Мантия. — СПб.: Профессия, 2006. — 400 с.
- 4 Постановление Правительства Республики Казахстан от 8 февраля 2011 года № 98 «О Стратегическом плане Министерства охраны окружающей среды Республики Казахстан на 2011–2015 годы» / http://www.eco.gov.kz/new2012/wp-content/uploads/2013/02/strateg_plan_29.12.htm
- 5 Экологический кодекс Республики Казахстан от 9 января 2007 года № 212-III / http://eco.gov.kz/doki/eco_kod.html

А.Т.Интымақова

Қоршаған ортаны қорғау саласында мемлекеттік басқарудың шетел тәжірибесін талдау

Мақалада табиғат қорғау заңнамасына талдау жасалған, дамыған елдердегі мемлекеттік реттеудің экономикалық және әкімшілік тәсілдері келтірілген. Қазақстандық тәжірибемен салыстырғанда шетелдегі қоршаған ортаны қорғау саласында мемлекеттік басқарудың негізгі теориялық аспектілердің мәні ашылған. Нарықтық экономикасы дамыған елдерде қоршаған ортаны қорғау мен мемлекеттік басқару сферасында негізгі заңдылықтар сипатталған. Қазақстан Республикасы нарықтық қатынастардың дамуы кезеңінде экономикасы дамыған елдермен кеңінен пайдаланатын экономикалық тәсілдермен қоса, қоршаған ортаны қорғау мен әкімшілік басқаруы бойынша озат дүниежүзілік тәжірибені қолдану керектігі жөнінде қорытынды жасалды.

A.T.Intymakova

Analysis of foreign experience in the public administration of environmental protection

In the article are given an analysis of the environmental legislation, are given the economic and administrative methods of state regulation in developed countries. Main conclusions are made about the main trends in public administration of environmental protection in countries with developed market economies. The main theoretical aspects of the public administration in the field of environmental protection of foreign countries are disclosed in comparison with Kazakh practice. Are concluded that in the Republic of Kazakhstan during the further development of market relations is advisable to apply international best practices in the administration of environmental protection in combination with economic methods commonly used by countries with developed market economies.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

УДК 379.85 (574)

Ж.М.Шаекина

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Оценка показателей экскурсионного туризма в Республике Казахстан

В статье дана оценка экскурсионному туризму в Республике Казахстан. Проведен анализ основных статистических показателей экскурсионного обслуживания туристскими фирмами и индивидуальными предпринимателями по типам туризма. В региональном разрезе показаны объем и динамика оказанных экскурсионных услуг. В процентном соотношении представлена посещаемость экскурсий в музеях, зоопарках, на особо охраняемых природных территориях республики. Статья нацелена на выявление основных тенденций и проблем развития отечественного экскурсионного туризма.

Ключевые слова: экскурсионный туризм, экскурсионные услуги, туристские фирмы, музеи, культурно-познавательный туризм, особо охраняемые природные территории.

На конференции Всемирной туристской организации (ВТО) в Лиссабоне по результатам исследования «Tourism: 2020 Vision» провозглашены пять перспективных туристских направлений XXI в.:

- приключенческий туризм;
- круизы;
- экотуризм;
- культурно-познавательный туризм (экскурсионный);
- тематический туризм [1].

Согласно приведенным данным, экскурсионный туризм входит в ТОП-5 перспективных направлений развития мирового туризма.

В этом отчете отражаются целевые аудитории для каждого из направлений. Так, по экскурсионному виду сделаны следующие выводы.

Люди старшей возрастной группы, от 55 до 59 лет, начинают играть все более важную роль в экскурсионном туризме (табл. 1) [2; 76].

Т а б л и ц а 1

Значение возраста при выборе вида туризма в 2010 г.

Виды отдыха	Доминирующий возраст, лет
1	2
Отдых на море	21–40
Спортивный туризм	26–35
Отдых в городе	31–40
Отдых на оздоровительных курортах	31–40

1	2
Бизнес-туры	26–35
Оздоровительный туризм	31–40, 51–55
Экскурсии	55–60
Охота	21–30, 56–60
Рыбалка	До 20, 36–40
Ночная жизнь	До 20, 26–30, 36–40
Другие	36–40, 56–70

В начале 2011 г. зарегистрировано более 100 млн прибытий, совершенных людьми старшего возраста, и эта цифра продолжает увеличиваться. Основными поставщиками этой категории туристов являются США, Канада, Япония и другие страны ЕС, население которых, несмотря на быстрые темпы старения, остается физически активным и, что не менее важно, более обеспеченным.

Рост уровня образования увеличит стремление человека к знаниям. Интерес к другой культуре вызовет желание путешествовать и получать новые впечатления. Потребитель ощутит необходимость в новом многовариантном турпродукте. Это станет главным стимулом развития экскурсионных видов туризма в мире, и в Казахстане в частности.

Экскурсионный туризм в мире крайне неравномерен, что объясняется, в первую очередь, разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. Наибольшее развитие экскурсионный туризм получил в южноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70 % мирового туристического рынка и около 60 % валютных поступлений.

Экскурсионный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в региональной экономике. Туристская отрасль входит в число экономических двигателей, дающих внушительную величину добавленной стоимости.

Такого рода туризм занимает значительное место в международных отношениях. Около 150 млн человек ежегодно посещают страны мира с целью экскурсионного туризма. Экскурсионный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики.

Однако информация о развитии экскурсионного туризма не является абсолютно точной, поскольку достаточно сложно измерить туристские потоки. Из-за отсутствия единого способа их учета значительно осложняется сопоставление статистических данных между странами.

Экскурсионный туризм оказывает влияние на развитие как отдельных стран, так и региональной экономики в целом. По мере расширения международной торговли и иных форм международных экономических отношений, повышения уровня культуры и образования экскурсионный туризм также будет развиваться.

Развитие экскурсионного туризма в странах, преимущественно принимающих туристов, обусловлено стремлением увеличить приток иностранной валюты и создать новые рабочие места. Многие страны посредством экскурсионного туризма пытаются решить проблемы платежного баланса [3].

В результате расходов, осуществляемых иностранными туристами в стране пребывания, во-первых, увеличиваются доходы туристских фирм (прямой эффект); во-вторых, повышается спрос со стороны туристского сектора экономики на товары и услуги поставщиков, что, в свою очередь, способствует повышению спроса на товары и услуги своих поставщиков и, следовательно, росту доходов во всех секторах (косвенный эффект); в-третьих, увеличиваются личные доходы населения, прямо или косвенно связанного с туристским бизнесом, что вызывает рост потребительского спроса (вынужденный эффект). Косвенный и вынужденный эффект вместе называются вторичным эффектом.

Таким образом, экскурсионный туризм прошел в своем развитии долгий путь и сегодня является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей туризма в мире и в Казахстане. Как и любая другая сфера хозяйственной деятельности, индустрия туризма является весьма сложной системой, степень развития которой зависит от степени развития экономики страны в целом.

Для того чтобы развивать данный вид туризма в Казахстане, необходимо разрабатывать определенные программы и предлагать уникальные туристские продукты [4].

Для экскурсионного туризма стали характерны следующие особенности, которые раньше не наблюдались:

- ярко выраженная сезонность, обусловленная тем, что основным потребителем экскурсионных услуг, как внутри страны, так и за ее пределами, стали школьники;
- резкое сокращение тематики экскурсий;
- дефицит квалифицированных экскурсоводов и гидов-переводчиков, способных обеспечить высокое качество экскурсии.

Еще одна серьезная проблема в развитии экскурсионного туризма в Казахстане — несоответствие цен на предлагаемые услуги и качества этих услуг.

Спрос на экскурсионно-туристское обслуживание формирует всю совокупность вещественных (предметов потребления) и невещественных (в форме услуг) потребительских стоимостей, способных удовлетворить запрос экскурсантов и туристов, и классифицируется как категория потребительского спроса. Сегодня туристу мало купить тур и получить оплаченное обслуживание. Ему необходимо иметь возможность пользоваться дополнительными услугами, в том числе и услугами экскурсовода. Кроме того, проблема межсезонья, как в крупных туристских центрах и курортах, так и в малых, решается сегодня также при помощи огромного разнообразия местных программ, в которые включены экскурсионные маршруты.

Объем услуг, предоставляемых туристскими фирмами, ежегодно увеличивается. Так, если в 2006 г. было предоставлено услуг на сумму 138,3 млн тенге, то уже в 2010 г. данный показатель вырос в 2,5 раза и составил 331,6 млн тенге.

Экскурсионные услуги также ежегодно увеличивались с 2006 по 2009 гг., но в 2010 г. наблюдается снижение данного показателя по сравнению с 2009 г. на 44 %. Это связано с уменьшением потока туристов и увеличением самостоятельного туризма. В связи с этим снизился показатель услуг по бронированию мест в средствах размещения на 17 % (рис. 1) [5].

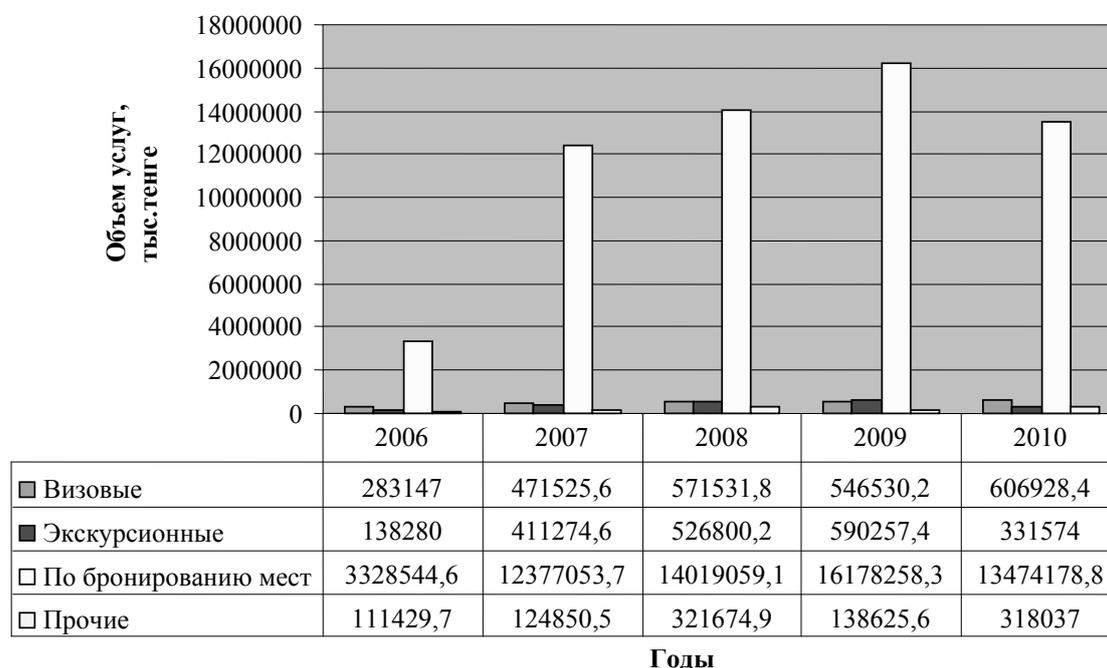


Рисунок 1. Объем услуг туристских фирм с 2006 по 2010 гг. в Республике Казахстан (тыс. тенге)

Основной объем услуг туристские фирмы предоставляют по бронированию мест (92 %), затем идут визовые услуги (4 %), экскурсионные занимают 2 % от общего объема туристских услуг по состоянию на конец 2010 г. (рис. 2).

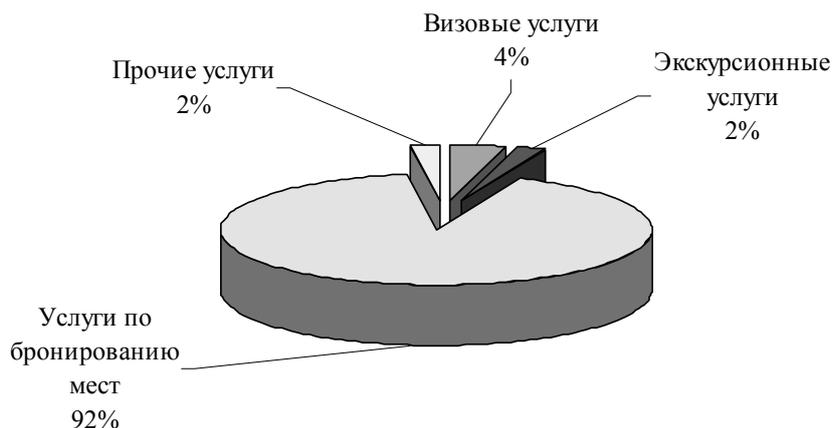


Рисунок 2. Удельный вес объема экскурсионных услуг туристских фирм в 2010 г. от общего объема туристских услуг в Республике Казахстан (%)

В таблице 2 показан объем экскурсионных услуг туристских фирм по типам туризма за период с 2006 по 2010 гг.

Т а б л и ц а 2

Объем экскурсионных услуг туристских фирм по типам туризма с 2006 по 2010 гг. (тыс. тенге)

Тип туризма	Г о д ы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Въездной	138280,0	10748,5	53165,4	45425,9	28844,5
Выездной	-	-	178646,3	119540,9	40026,5
Внутренний	115314,8	400536,1	294988,5	425290,6	262703,0
Всего	138280,0	411274,6	526800,2	590257,4	331574,0

Анализ таблицы 2 показал, что экскурсионными услугами пользуются в основном внутренние туристы. В 2010 г. было предоставлено услуг на сумму 331,6 млн тенге. Однако в 2010 г. объем услуг для внутренних туристов уменьшился в сравнении с предыдущим годом в 1,6 раза [6].

Туристы, которые прибывают в Казахстан, также заказывают экскурсии, в 2010 г. объем услуг составил 28,8 млн тенге.

Среди казахстанских туристов, выезжающих за рубеж, пользуются спросом экскурсионные туры. В 2010 г. объем услуг составил 40 млн тенге.

Удельный вес объема экскурсионных услуг турфирм в 2010 г. от общего объема туристских услуг по типам туризма в РК составил: по внутреннему туризму — 79 %; по въездному — 9 %; по выездному туризму — 12 %.

Индивидуальными предпринимателями в 2010 г. были предоставлены экскурсионные услуги в объеме 9,5 млн тенге, это меньше в сравнении с предыдущим годом на 865,6 тыс. тенге (табл. 3).

Также доминируют экскурсионные услуги по внутреннему туризму (93,4 %). Въездной туризм принес приток денежных средств на сумму 80,2 тыс. тенге.

Т а б л и ц а 3

Объем экскурсионных услуг, оказанных индивидуальными предпринимателями по типам туризма с 2006 по 2010 гг. (тыс. тенге)

Тип туризма	Г о д ы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Въездной	5,0	254,8	638,2	171,9	80,2
Выездной	102,0	-	265,1	831,0	544,0
Внутренний	5916,9	6784,4	6734,9	9366,6	8879,7
Всего	6023,9	7039,2	7638,2	10369,5	9503,9

На рисунке 3 показана динамика предоставления экскурсионных услуг, оказываемых индивидуальными предпринимателями в Республике Казахстан за период с 2006 по 2010 гг.

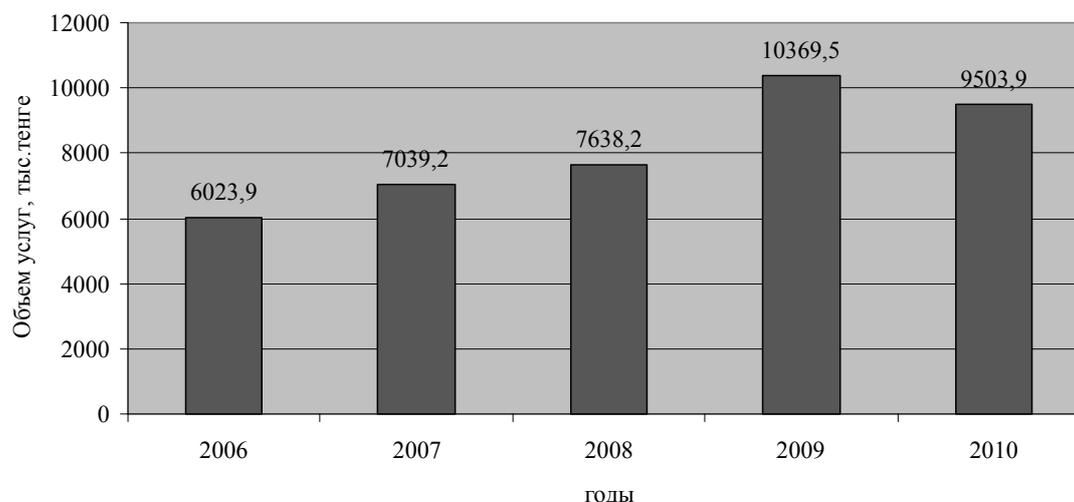


Рисунок 3. Динамика предоставления экскурсионных услуг, оказываемых индивидуальными предпринимателями в Республике Казахстан (тыс. тенге)

Как видно из рисунка, наибольший пик экскурсионных услуг приходится на 2009 г. (10369,5 тыс. тенге). В целом наблюдается положительная динамика данного показателя, однако в 2010 г. экскурсионных услуг предоставлено меньше, чем в 2009 г.

В таблице 4 представлены показатели по количеству посещений и экскурсий, проводимых в музеях, в разрезе областей Республики Казахстан.

Т а б л и ц а 4

Число посещений и экскурсий, проводимых в музеях в 2010 г. по областям Республики Казахстан

Области РК	Число посещений, тыс. человек		Число экскурсий, ед.
	всего	из них дети	
Республика Казахстан	4262,7	2031,0	99286
Акмолинская	168,9	88,6	4371
Актюбинская	234,8	126,1	3847
Алматинская	64,4	51,2	1804
Атырауская	74,8	42,9	2033
Западно-Казахстанская	71,2	40,4	4209
Жамбылская	482,7	97,2	1209
Карагандинская	362,4	266,8	8354
Костанайская	313,4	185,1	7400
Кызылординская	104,8	54,7	8784
Мангистауская	39,1	22,6	1538
Южно-Казахстанская	880,7	331,9	18766
Павлодарская	239,5	148,7	4204
Северо-Казахстанская	153,2	107,9	3162
Восточно-Казахстанская	509,2	306,5	12190
г. Астана	380,4	107,6	13742
г. Алматы	183,3	52,6	3673

Исследование показало, что в 2010 г. 48 % экскурсий в музеях посещают дети. Непосредственно это специально организованные школьные экскурсии в рамках учебных дисциплин, которые носят в основном тематический характер.

Посещение экскурсий в музеях доминирует в Южно-Казахстанской, Восточно-Казахстанской, Жамбылской областях, а также в городе Астане. Соответственно, наибольшее количество экскурсий проводится в этих областях. Однако необходимо отметить, что в Кызылординской области экскурсии посещают меньше, в то время как количество экскурсий достигает 8784 (рис. 4).

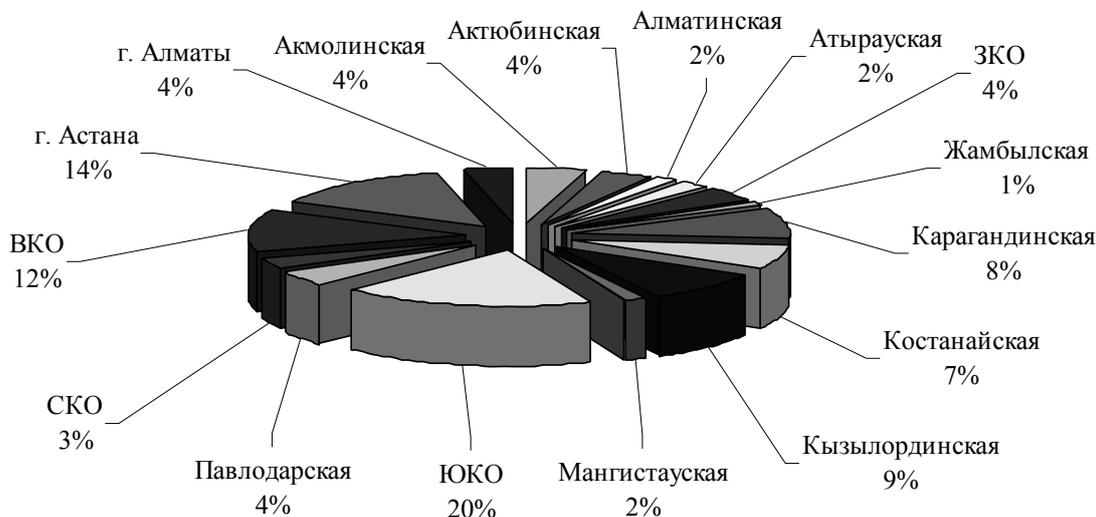


Рисунок 4. Удельный вес количества экскурсий, проводимых в музеях в областях РК в 2010 г. (%)

В таблице 5 показано число экскурсий, проведенных в зоопарках за анализируемый период.

Т а б л и ц а 5

Число проведенных экскурсий в зоопарках РК за период с 2006 по 2010 гг.

Показатели	Г о д ы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Число проведенных экскурсий, ед.	1857	2344	2339	1311	1638
Число посетителей, чел.	572847	589134	670536	659761	745750

Ежегодно в Казахстане в зоопарках проводится до 2 тыс. экскурсий. В 2010 г. было проведено 1638 экскурсий, которые посетили 745750 человек. С каждым годом со стороны туристов увеличивается интерес к зоопаркам, в 2010 г. количество туристов, посещающих зоопарки с экскурсиями, в сравнении с 2006 г., увеличилось на 30 %.

В таблице 6 показано число экскурсий, проведенных в зоопарках в Карагандинской, Южно-Казахстанской, Северо-Казахстанской, Восточно-Казахстанской областях, а также г. Алматы, так как именно в этих регионах имеются зоопарки.

Доминирующее количество экскурсий проводят в зоопарках Восточной области (67,6 %), но посещают их лишь 4,6 % туристов. Наиболее посещаемые зоопарки — в Алматы (40,9 %) и Южно-Казахстанской области (30,5 %). В Северо-Казахстанской области в 2010 г. проведено лишь 10 экскурсий, их посетили всего 3584 туриста.

Т а б л и ц а 6

Число проведенных экскурсий в зоопарках по областям РК в 2010 г.

Области РК	Кол-во экскурсий	Удельный вес экскурсий, %	Посетители, человек	Удельный вес посетителей, %
Карагандинская	201	12,3	175300	23,5
Южно-Казахстанская	275	16,8	227449	30,5

Северо-Казахстанская	10	0,6	3584	0,5
Восточно-Казахстанская	1107	67,6	34249	4,6
г. Алматы	45	2,7	305168	40,9

В таблице 7 представлены показатели экскурсионной деятельности на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) РК за период с 2006 по 2010 гг.

Таблица 7

Показатели экскурсионной деятельности на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) РК с 2006 по 2010 гг.

Показатели	Г о д ы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Численность работников, занятых организацией экскурсий, чел.	97	128	141	62	48
Число проведенных экскурсий, ед.	2755	3188	3610	6364	4260
Число посетителей, чел.	439293	443349	598424	521441	538001

Наблюдается уменьшение численности работников, занятых организацией экскурсий на особо охраняемых природных территориях. Если в 2007 г. их насчитывалось 128 человек, то в 2010 г. — 48 человек. Число проведенных экскурсий на ООПТ достигает 4260, число посетителей — 538001 человек.

Согласно данным, приведенным в таблице 8, в Алматинской области на ООПТ работают большее количество работников. Наибольшее количество экскурсий было проведено в Акмолинской, Алматинской и Южно-Казахстанской областях.

Таблица 8

Показатели экскурсионной деятельности на особо охраняемых природных территориях по областям РК в 2010 г.

Области РК	Численность работников, занятых организацией экскурсий, чел.	Число проведенных экскурсий, ед.	Число посетителей, чел.
1	2	3	4
Республика Казахстан	48	4260	538001
Акмолинская	6	1339	134487
Актюбинская	2	2	-
Алматинская	18	1252	169022
Атырауская	2	1	-
Западно-Казахстанская	-	-	-
Жамбылская	-	-	-
Карагандинская	2	365	11874
Костанайская	2	5	81
Кызылординская	1	-	-
Мангистауская	1	8	-
Южно-Казахстанская	6	1032	5252
Павлодарская	3	62	157081
Северо-Казахстанская	-	-	-
Восточно-Казахстанская	5	194	60204
г. Алматы	-	-	-

На рисунке 5 показан удельный вес количества экскурсий, проводимых на ООПТ в областях РК в 2010 г.

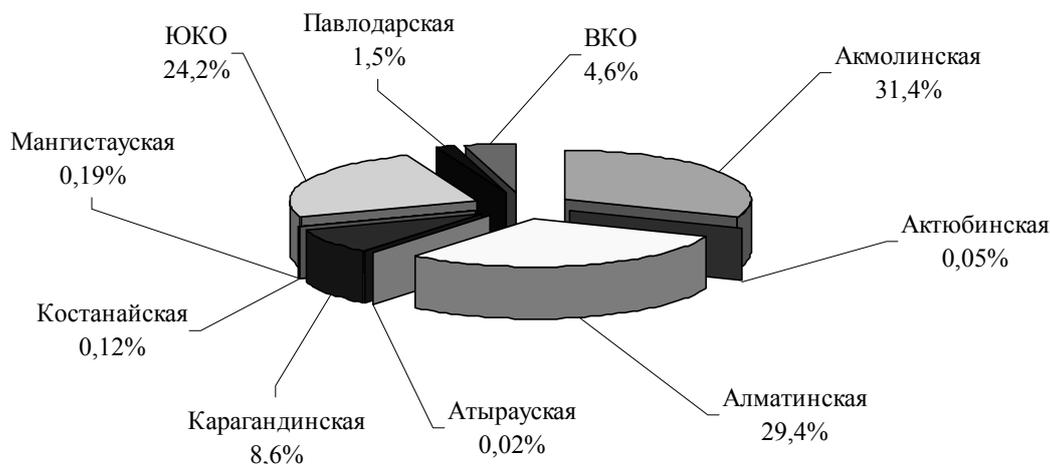


Рисунок 5. Удельный вес количества экскурсий, проводимых на ООПТ в областях РК в 2010 г. (%)

Как видим, доминирующий удельный вес количества экскурсий — в Акмолинской (31,4 %), Алматинской (29,4 %) и Южно-Казахстанской областях (24,2 %).

Таким образом, исследование показало следующее:

- наблюдается ежегодное увеличение количества проводимых экскурсий;
- основной объем услуг туристские фирмы предоставляют по бронированию мест (92 %), затем идут визовые услуги (4 %), экскурсионные услуги занимают 2 % от общего объема туристских услуг;
- экскурсионными услугами пользуются в основном внутренние туристы;
- в 2010 г. 48 % экскурсий в музеях посещали дети;
- посещение экскурсий в музеях доминирует в Южно-Казахстанской, Восточно-Казахстанской, Жамбылской областях, а также в городе Астане;
- с каждым годом со стороны туристов увеличивается интерес к зоопаркам, в 2010 г. количество туристов, посещающих зоопарки с экскурсиями, в сравнении с 2006 г. увеличилось на 30 %;
- доминирующее количество экскурсий проводят в зоопарках Восточно-Казахстанской области (67,6 %), но посещают их лишь 4,6 % туристов. Наиболее посещаемые зоопарки — в Алматы (40,9 %) и Южно-Казахстанской области (30,5 %);
- наблюдается уменьшение численности работников, занятых организацией экскурсий на особо охраняемых природных территориях;
- наибольшее количество проведенных экскурсий на ООПТ — в Акмолинской, Алматинской и Южно-Казахстанской областях.

Казахстан, заинтересованный в привлечении туристов, должен разумно планировать и развивать специальные программы и мероприятия, способствующие повышению интереса к его культуре, в расчете на привлечение потенциальных туристов. Историческое наследие Казахстана нуждается в продвижении на туристский рынок. Поэтому национальные туристские организации должны заниматься распространением информации об историческом потенциале местности.

В связи с повышением интереса к познавательному (экскурсионному) туризму возрастает значение охраны памятников культуры. Требуется применение эффективных мер по сохранению памятников культуры и управлению туристскими потоками.

Так, законодательство Республики Казахстан об охране и использовании объектов историко-культурного наследия основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из Закона РК «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия» и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан. Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан, установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законе, то применяются правила международного договора. Закон РК является самым главным юридическим документом, который

регулирует все вопросы, связанные с охраной памятников наследия в Казахстане [7]. В частности, в законе говорится следующее.

Целью государственного контроля в области охраны и использования объектов историко-культурного наследия является обеспечение соблюдения физическими и юридическими лицами законодательства Республики Казахстан в области охраны и использования объектов историко-культурного наследия. Государственный контроль в области охраны и использования объектов историко-культурного наследия, осуществляемый уполномоченным органом, включает в себя контроль за:

- состоянием использования и порядком содержания памятников истории и культуры всех категорий;
- сооружением новых памятников истории и культуры;
- соблюдением лицензиатом условий выданной лицензии;
- исполнением археологических и научно-реставрационных работ на памятниках истории и культуры международного и республиканского значения.

В целях эффективной организации учета и охраны памятников истории и культуры памятники подразделяются на следующие категории:

1) памятники истории и культуры международного значения, представляющие историческую, научную, архитектурную, художественную и мемориальную ценность, включенные в Список Всемирного Культурного и Природного Наследия ЮНЕСКО;

2) памятники истории и культуры республиканского значения, представляющие историческую, научную, архитектурную, художественную и мемориальную ценность, имеющие особое значение для истории и культуры всей страны;

3) памятники истории и культуры местного значения, представляющие историческую, научную, архитектурную, художественную и мемориальную ценность, имеющие особое значение для истории и культуры областей (городов республиканского значения, столицы), районов (городов областного значения).

Перечень памятников истории и культуры, предлагаемых для включения в Список Всемирного Культурного и Природного Наследия ЮНЕСКО, представляется Правительством Республики Казахстан в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан.

Государственный список памятников истории и культуры республиканского значения утверждается Правительством Республики Казахстан по представлению уполномоченного органа по охране и использованию историко-культурного наследия.

Государственный список памятников истории и культуры местного значения утверждается местными исполнительными органами областей (городов республиканского значения, столицы) по согласованию с уполномоченным органом по охране и использованию историко-культурного наследия.

Памятники истории и культуры используются в целях возрождения и развития духовных и культурных традиций народов Казахстана, а также в научных и воспитательных целях. Режим использования памятников истории и культуры городов и других населенных пунктов определяется в проектах их зон охраны, утверждаемых местными исполнительными органами области (города республиканского значения, столицы), в соответствии с правилами охраны и использования памятников истории и культуры. Перемещение и изменение памятников истории и культуры запрещаются.

Исключение допускается лишь в случаях разрушения более семидесяти процентов памятника истории и культуры, либо утраты историко-культурной ценности, либо если его перемещение повлечет улучшение условий его сохранения, по согласованию со специальной комиссией уполномоченного органа, на основании заключения историко-культурной экспертизы.

Физические и юридические лица, получившие такое решение, при перемещении или изменении памятника обязаны обеспечить соблюдение условий, предусмотренных законодательством Республики Казахстан, а уполномоченный орган обязан провести работы по научному изучению и фиксации памятника истории и культуры. Расходы, связанные с осуществлением указанных работ, производятся за счет физических и юридических лиц, получивших разрешение на перемещение или изменение памятника истории и культуры.

Программа развития перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010–2014 гг. сосредоточена на улучшении использования культурно-исторического и производственного потенциалов регионов страны. Значительным образом повысятся доходы с туризма и улучшится имидж региона как привлекательной туристической цели. Казахстан является регионом, который имеет достаточный потенциал туристских ценностей, гостиниц, ресторанов, информационных и

других дополнительных служб. Объединив это все в привлекательный продукт с хорошей рекламой, Казахстан станет своеобразным «магнитом» для туристов. Важным положительным туристским аспектом является выгодное географическое положение Казахстана, культурные и исторические памятники, улучшающаяся транспортная доступность, так же как и относительная безопасность региона. Основные цели на период ближайших двух лет — увеличить количество ночевков в регионе на 15 %, улучшить уровень предоставляемых информации и служб, обеспечить доход с рекламы предпринимательских субъектов информационных материалов города. Продуктом высшей степени важности в Казахстане является культурно-познавательный туризм, целенаправленный на исторические центры городов. Запланированы также специальные программы, целенаправленные на группы, например, экскурсии, посвященные определенному историческому периоду, программам для детей, религиозным группам и т.п. [8].

Говоря о развитии экскурсионного дела в Казахстане на 2012 г., стоит выделить следующие составляющие данного вида туризма:

- увеличение доли самостоятельных поездок туристов;
- сокращение спроса на многодневные экскурсионные туры по городам Алматы, озерам Балхаш и Зайсан;
- расширение ассортимента однодневных туров;
- появление новых интерактивных программ на маршрутах, таких, например, как путешествие с экстремальными элементами альпинизма в Чарынский каньон.

К сожалению, немало и отрицательных факторов, которые затрагивают не только экскурсионный туризм, но и рынок внутреннего туризма в целом:

- недостаточная популяризация отраслевыми органами власти отдыха в Казахстане на внутреннем рынке;
- неадекватное соотношение «цена/качество» во многих средствах размещения на экскурсионных маршрутах по Казахстану;
- дефицит современных автобусов для осуществления туристских перевозок;
- высокая стоимость авиабилетов и железнодорожных билетов;
- низкий уровень сервиса и отсутствие квалифицированного персонала;
- недостаточное развитие транспортной инфраструктуры.

Реализация развития экскурсионного бизнеса возможна при выполнении ряда условий, важнейшие из которых:

- 1) перспективное планирование развития и размещения материально-технической базы как целостного комплекса туристско-экскурсионного обслуживания;
- 2) создание единой методики статистического учета всего контингента туристов и экскурсантов;
- 3) ориентация финансово-хозяйственной деятельности туристско-экскурсионных организаций на повышение экономической эффективности функционирования материально-технической базы посредством дифференцированных нормативов фондоемкости, фондозатрат, фондоотдачи;
- 4) кооперирование инвестиционных потенциалов организаций, ведомств и частных лиц, заинтересованных в развитии материально-технической базы туризма.

В то же время именно в сфере экскурсионного туризма возможно в кратчайшее время создать качественный внутренний продукт с заданными свойствами и удовлетворяющий спросам самых различных категорий потребителей. Одно из основных условий для создания этого продукта — культурно-исторический потенциал. В Казахстане он есть. Многие памятники истории и архитектуры, центры народного искусства представляют хорошую базу для разработки обзорных и тематических экскурсий и экскурсионных транспортных туров.

Однако только наличие этих важных условий не может обеспечить развитие экскурсионного туризма. Для успешного его развития необходимы также эффективная реклама, организационная и финансовая помощь государства.

Возрождение же экскурсионного туризма, нормирование спроса на экскурсии, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, невозможно без активного воздействия рекламы. Эта аксиома не требует каких-либо доказательств, а предполагает необходимость разработки грамотной рекламной стратегии на внешнем и внутреннем рынке, адаптирована к каждой стране и способна привлечь в Казахстан экскурсантов как из стран ближнего и дальнего зарубежья, так и пробудить потерянный интерес ме-

стного населения к экскурсиям. В данной ситуации она должна стать составной частью государственной политики в области развития экскурсионного туризма.

Поэтому в настоящее время актуальность экскурсионного туризма как сферы услуг не вызывает сомнения. Играя ключевую роль в развитии рыночной экономики, она также является и ее важным элементом.

Список литературы

- 1 <http://news.gazeta.kz/art.asp?aid=350270>
- 2 Скобельцына А.С., Шарухин А.П. Технологии и организация экскурсионных услуг. — М.: Академия, 2010 — 192 с.
- 3 http://kv.ucoz.kz/news/razvivaja_kulturu_sovremennogo_kazahstana/2011-08-28-8244
- 4 http://ru.encyclopedia.kz/wiki/Театры_Казахстана
- 5 <http://news.gazeta.kz/art.asp?aid=350270>
- 6 Статистический сборник «Туризм Казахстана» 2006–2010. — Астана, 2011. — 152 с.
- 7 Закон РК «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия» от 2 июля 1992 года № 1488-ХІІ.
- 8 Программа развития перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010–2014 гг. — Астана, 2010.

Ж.М.Шаекина

Қазақстан Республикасындағы экскурсиялық туризмнің көрсеткіштерін бағалау

Мақалада Қазақстан Республикасындағы экскурсиялық туризмге баға берілген. Туризмнің түрі бойынша туристік фирмалар және жеке кәсіпкерліктердің экскурсиялық қызметі бойынша негізгі статистикалық көрсеткіштерге талдау жүргізілген. Аудандық бөлімде экскурсиялық қызметтердің көлемі мен динамикасы көрсетілген. Қазақстан Республикасының мұражайларындағы, хайуанаттар бағында, ерекше қорғалатын табиғи аймақтардағы экскурсияларға келушілер пайыздық ара қатынаста ұсынылған. Мақала отандық экскурсиялық туризмнің дамуының негізгі тенденциялары мен проблемаларын анықтауға бағытталған.

Zh.M.Shaekina

The assessment of the indicators of the excursion tourism in the Republic of Kazakhstan

In the article the estimated of the excursion tourism in Kazakhstan was shown. The analysis of the basic statistics of the excursions of the tourist firms and entrepreneurs by type of tourism was given. Regionally were shown the volume and dynamics of the rendered excursions. In the percentage the attendance of the excursions in the museums, zoos, in protected areas of the Republic of Kazakhstan was shown. This article aims to identify the main trends and issues of development of the domestic excursion tourism.

Т.П.Притворова, Д.Е.Бектлеева

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Методические подходы к определению нормативов сети организаций полустационарного типа для реабилитации инвалидов

В статье рассмотрены методические подходы к расчету норматива специализированных центров, оказывающих реабилитационные услуги для членов общества с ограниченными возможностями. Проведен анализ состояния сети организаций полустационарного типа для реабилитации инвалидов. Выявлена обеспеченность населения услугами реабилитационных центров для инвалидов. Авторами разработаны два метода расчета: на основе достигнутого в среднем по республике уровня обеспеченности услугами и на основе создания модели потребности инвалида в реабилитационных услугах.

Ключевые слова: инвалиды, специальные социальные услуги, организации полустационарного типа, реабилитация инвалидов, норматив обеспеченности организациями полустационарного типа, метод расчета уровня обеспеченности услугами, модели потребности инвалида в реабилитационных услугах, потребности инвалидов-взрослых, потребности детей-инвалидов, среднереспубликанский фактический норматив обеспеченности взрослого населения реабилитационными центрами.

Специальные социальные услуги — это комплекс услуг, обеспечивающих лицу (семье), находящемуся в трудной жизненной ситуации, условия для преодоления возникших социальных проблем и направленных на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества [1].

В комплекс специальных социальных услуг для инвалидов входят услуги медицинской, социальной и профессиональной реабилитации, которые могут оказываться в специализированных реабилитационных центрах. Зарубежная практика оказания услуг реабилитации исходит из того, что потребность в государственных койках для оказания услуг реабилитации определяется в расчете на 100000 человек населения. Так, для услуг реабилитации в канадском штате Онтарио в течение длительного времени использовался показатель, равный 17 койкам на 100000 населения, который был выведен как средний показатель по провинции [2]. Поскольку данный комплекс услуг представляется только в общественном секторе экономики, то подобный норматив имеет практическую ценность.

В Казахстане, несмотря на существенные позитивные сдвиги в сфере оказания разных видов специальных социальных услуг, предложение услуг реабилитации для инвалидов очень ограничено. Пять областей Казахстана вообще не имеют центров реабилитации, а в других существует значительный лист ожидания на получение таких услуг.

Нами предлагаются два способа обоснования числа мест в реабилитационных центрах для инвалидов:

- исходя из сложившейся по Казахстану средней обеспеченности реабилитационными центрами (параметры «койко-место» и «посещения») в расчете на 100000 человек населения;
- исходя из численности инвалидов и моделирования их потребности в услугах реабилитационных центров.

Для формирования норматива сети реабилитационных центров для инвалидов **первым способом** оценим ее современное состояние (табл. 1).

Таблица 1

Состояние сети организаций полустационарного типа для реабилитации инвалидов, 2011 г.

Регион	РЦ для инвалидов-взрослых		РЦ для детей-инвалидов		Итого	
	Количество посещений в день	В т.ч. с обеспечением койко-мест	Количество посещений в день	В т.ч. с обеспечением койко-мест	Количество посещений в день	В т.ч. с обеспечением койко-мест
1	2	3	4	5	6	7
Акмолинская	0	0	0	0	0	0
Актюбинская	0	0	0	0	0	0
Алматинская	0	0	100	26	100	26
Атырауская	55	55	27	27	82	82
ВКО	0	0	180	60	180	60

1	2	3	4	5	6	7
Жамбылская	60	60	40	40	100	100
ЗКО	0	0	0	0	0	0
Карагандинская	0	0	0	0	0	0
Костанайская	132	132	78	0	210	132
Кызылординская	50	50	0	0	50	50
Мангистауская	3	3	65	65	68	68
Павлодарская	0	0	62	62	62	62
СКО	10	10	0	0	10	10
ЮКО	80	50	33	33	113	83
г. Алматы	100	0	0	0	100	0
г. Астана	0	0	0	0	0	0
Казахстан	490	310	585	313	1075	673

По данным таблицы можно сделать следующие выводы:

- Реабилитационные центры для инвалидов-взрослых имеются только в 5 регионах Республики Казахстан: Атырауской, Жамбылской, Костанайской, Мангистауской, Северо- и Южно-Казахстанской областях, г. Алматы; их совокупная пропускная способность составляет до 440 посещений в день. В Кызылординской области имеется отделение дневного пребывания для реабилитации инвалидов с 50 койко-местами. При этом центр в Алматы не имеет коечного фонда для длительного пребывания на реабилитационных процедурах, а в реабилитационных центрах ЮКО количество койко-мест составляет 50 ед. В результате доля койко-мест составляет 63 %. Итоговое количество посещений в день — 490, а обеспечение койко-местами — 310.
- Реабилитационные центры для детей-инвалидов имеются в таких регионах, как Алматинская, Атырауская, Восточно-Казахстанская, Жамбылская, Костанайская, Мангистауская, Павлодарская и Южно-Казахстанская области; их совокупная пропускная способность составляет до 585 посещений в день. При этом центр в Костанайской области не имеет койко-мест для длительного пребывания на реабилитационных процедурах, а в центрах Алматинской и Восточно-Казахстанской областей количество койко-мест меньше пропускной способности центров, в результате доля койко-мест составляет 54 %.
- Не имеют собственных реабилитационных центров такие регионы, как Акмолинская, Актюбинская, Западно-Казахстанская, Карагандинская области и г. Астана.

Для формирования норматива используем следующие предпосылки:

- для обоснования норматива используем данные только по тем регионам, где имеются реабилитационные центры, а средние значения по обеспеченности койко-местами будем выводить исходя из численности населения в регионах, где имеются реабилитационные центры;
- в основу норматива будут положены значения обеспеченности услугами реабилитационных центров в форме «посещений в дневное время» и «койко-мест», являющиеся средними по стране.

Рассчитаем на основе имеющихся данных сложившийся норматив обеспеченности населения услугами реабилитационных центров по отдельным возрастным группам (табл. 2 и 3).

Т а б л и ц а 2

Обеспеченность населения услугами реабилитационных центров для детей-инвалидов

Регион	Население младше 18 лет	Всего посещений в день	Норма обеспеченности (на 100000 детей)
ЮКО	1012166	33	3,3
Жамбылская	365187	40	11,0
Атырауская	179968	27	15,0
Алматинская	577313	100	17,3
Казахстан	3024640	572	18,9
Павлодарская	178212	62	34,8
Мангистауская	172360	65	37,7
Костанайская	203109	78	38,4
ВКО	336325	180	53,5

Обеспеченность населения услугами реабилитационных центров для инвалидов-взрослых

Регион	Население старше 18 лет	Всего посещений в день	Норма обеспеченности (на 100000 взрослых)
Мангистауская	351815	3	0,9
СКО	447158	10	2,2
ЮКО	1555541	80	5,1
Казахстан	5610743	490	8,7
Жамбылская	681310	60	8,8
г.Алматы	1098752	100	9,1
Кызылординская	445619	50	11,2
Атырауская	352052	55	15,6
Костанайская	678496	132	19,5

Данные таблиц 2 и 3 показывают, что только несколько регионов страны имеют показатели, близкие к средним по стране в целом параметрам.

В частности, можно отметить, что по реабилитационным центрам для детей-инвалидов средний сложившийся норматив составляет 18,9 посещения в день на 100000 детей. Близкими к данному нормативу показателями обеспеченности могут быть охарактеризованы Атырауская и Алматинская области, однако в них этот параметр несколько ниже. Еще более низким значением обеспеченности отмечены Южно-Казахстанская и Жамбылская области. Еще четыре региона имеют обеспеченность значительно выше средней по стране.

Среднереспубликанский фактический норматив обеспеченности взрослого населения реабилитационными центрами составляет 8,7 посещения в день на 100000 лиц старше 18 лет. Близким к данному показателю значением обладают Жамбылская область и Алматы, в которых этот параметр несколько выше. В остальных регионах данный параметр значительно отклоняется от среднего по стране.

Таким образом, исходя из имеющихся параметров обеспеченности, можно сделать следующие выводы:

- в качестве норматива обеспеченности населения реабилитационными центрами для детей-инвалидов целесообразно принять величину 18,9 посещения в день на 100000 населения младше 18 лет (*среднереспубликанское значение, табл. 2*) для применения в тех регионах, где реабилитационные центры для детей-инвалидов отсутствуют или действующая пропускная способность ниже;
- соответственно, количество койко-мест для этого норматива пропускной способности, рассчитанное на основе средней по республике обеспеченности койко-местами в 54 %, составляет 10,3 ед. на 100000 человек населения младше 18 лет (*по табл. 1*);
- в качестве норматива обеспеченности населения реабилитационными центрами для инвалидов-взрослых целесообразно принять 8,7 посещения в день на 100000 населения старше 18 лет (*среднереспубликанское значение, табл. 3*) для применения в тех регионах, где реабилитационные центры для инвалидов-взрослых отсутствуют или действующая пропускная способность ниже;
- соответственно, количество койко-мест для этого норматива пропускной способности, рассчитанное на основе средней по республике обеспеченности койко-местами в 63 %, составляет 5,4 ед. на 100000 человек населения старше 18 лет (*по табл. 1*);

Применим данную методику для подсчета необходимого дополнительного количества посещений в день и койко-мест (соответственно, табл. 4 и 5).

Данная таблица составлена из следующих параметров:

- фактическая численность населения (столбцы 2 и 6);
- фактический или расчетный норматив посещений и койко-мест (столбцы 3 и 7); причем если фактически сложившийся в регионе норматив ниже среднего, то используется средний по стране;
- расчетная обеспеченность посещениями в день и койко-местами (столбцы 4 и 8), которая определяет, какое количество койко-мест должно быть в регионе;

– фактическая обеспеченность койко-местами (столбцы 5 и 9), которая дана для сопоставления.

Исходя из данных таблиц видно, что при применении средних нормативов в Казахстане необходимо расширение мощности и/или создание новых центров.

Центры реабилитации для взрослых необходимо создать в тех областях, где они отсутствуют вообще: Акмолинской, Актюбинской, Алматинской, Восточно-Казахстанской, Западно-Казахстанской, Карагандинской, Павлодарской и г.Астане. Новые центры должны быть рассчитаны на 521 посещение в день. Кроме этого, необходимо расширить коечный фонд в ряде областей, которые в настоящее время располагают центрами реабилитации для взрослых: Мангистауская — на 16 коек, Северо-Казахстанская — на 14 коек, Южно-Казахстанская — на 33 койки, г.Астана — на 28 коек, г.Алматы — на 59 коек. Итого по центрам для взрослых число посещений в день должно увеличиться на 633 посещения, а число коек возрасти на 444 койки.

Новые *реабилитационные центры для детей* необходимо создать в областях: Акмолинской, Актюбинской, Западно-Казахстанской, Карагандинской, Кызылординской, Северо-Казахстанской, городах Алматы и Астане. Новые центры должны быть рассчитаны на 344 посещения в день. Кроме этого, необходимо увеличить проходимость действующих центров на 203 посещения в день. В целом по сектору возможность посещений в день увеличится на 547 посещений.

При этом новых койко-мест для детей необходимо создать 206 единиц, а в действующих реабилитационных центрах для детей коечный фонд увеличить на 116 единиц.

Для расчета **по второму способу** нам необходима в качестве исходного параметра численность инвалидов в общей численности населения страны (табл. 6).

Кроме того, в дальнейших расчетах необходимо использовать полные данные по инвалидности, а именно:

1. Количество инвалидов 1,2,3 группы (в том числе детей 16–18 лет), так как услуги, согласно Закону «О специальных социальных услугах», оказываются только инвалидам 1 и 2 группы;

2. Количество психохроников или инвалидов, имеющих психо-неврологические патологии (ПНП), так как их численность необходимо вычесть из общей численности инвалидов, поскольку для них предусмотрены специальные МСУ.

Для расчета приняты следующие допущения в модель потребности, которые могут быть изменены с учетом мнений экспертов:

- средний срок реабилитации принят в 2 недели;
- доля взрослых инвалидов, нуждающихся при реабилитации в койко-местах — 50 %.

Т а б л и ц а 4

Расчетная потребность в обеспеченности услугой «посещений в день» в реабилитационных центрах для инвалидов по группам населения старше 18 лет и младше 18 лет

Регион	РЦ для инвалидов-взрослых				РЦ для детей-инвалидов			
	Население старше 18 лет, чел.	Норматив на 100000 взрослых	Расчетная потребность, посещений в день	Фактическая обеспеченность, посещений в день	Население до 18 лет, чел.	Норматив на 100000 детей	Расчетная потребность, посещений в день	Фактическая обеспеченность, посещений в день
Акмолинская	537863	8,7	47	0	195349	18,9	37	0
Актюбинская	551533	8,7	48	0	225938	18,9	43	0
Алматинская	1296061	8,7	113	0	577313	18,9	109	100
Атырауская	352052	15,6	55	55	179968	18,9	34	27
ВКО	1061758	8,7	92	0	336325	53,5	180	180
Жамбылская	681310	8,8	60	60	365187	18,9	69	40
ЗКО	443171	8,7	39	0	165147	18,9	31	0
Карагандинская	1008410	8,7	88	0	343893	18,9	65	0
Костанайская	678496	19,5	132	132	203109	38,4	78	78
Кызылординская	445619	11,2	50	50	254959	18,9	48	0
Мангистауская	351815	8,7	31	3	172360	37,7	65	65
Павлодарская	567951	8,7	49	0	178212	34,8	62	62
СКО	447158	8,7	39	10	142150	18,9	27	0
ЮКО	1555541	8,7	135	80	1012166	18,9	191	33
г.Алматы	1098752	9,1	100	100	315265	18,9	60	0
г.Астаны	522988	8,7	45	0	174141	18,9	33	0
Казахстан	x	x	1123	490	x	x	1132	585

Примечание. Выделены регионы, в которых фактическое число посещений на 100000 человек населения больше или равно среднереспубликанскому нормативу.

Таблица 5

Расчетная потребность в койко-местах в реабилитационных центрах для инвалидов (койко-мест), рассчитанная отдельно для групп населения старше 18 лет и младше 18 лет

Регион	РЦ для инвалидов-взрослых			РЦ для детей-инвалидов				
	Население старше 18 лет, чел.	Норматив на 100000 взрослых	Расчетная потребность, койко-мест	Фактическая обеспеченность, койко-мест	Население до 18 лет, чел.	Норматив на 100000 детей	Расчетная потребность, койко-мест	Фактическая обеспеченность, койко-мест
Акмолинская	537863	5,4	29	0	195349	10,2	20	0
Актюбинская	551533	5,4	30	0	225938	10,2	23	0
Алматинская	1296061	5,4	70	0	577313	10,2	59	26
Атырауская	352052	15,6	55	55	179968	15,0	27	27
ВКО	1061758	5,4	57	0	336325	17,8	60	60
Жамбылская	681310	8,8	60	60	365187	11,0	40	40
ЗКО	443171	5,4	23	0	165147	10,2	17	0
Карагандинская	1008410	5,4	54	0	343893	10,2	35	0
Костанайская	678496	19,5	132	132	203109	10,2	21	0
Кызылординская	445619	11,2	50	50	254959	10,2	26	0
Мангистауская	351815	5,4	19	3	172360	37,7	65	65
Павлодарская	567951	5,4	31	0	178212	34,8	62	62
СКО	447158	5,4	24	10	142150	10,2	14	0
ЮКО	1555541	5,4	83	50	1012166	10,2	103	20
г. Алматы	1098752	5,4	59	0	315265	10,2	32	0
г. Астаны	522988	5,4	28	0	174141	10,2	18	0
Казахстан	х	х	804	360	х	х	622	300

Примечание. Выделены регионы, в которых расчетная потребность меньше или соответствует фактической обеспеченности.

Расчет потребности в койко-местах для инвалидов-взрослых и детей-инвалидов в реабилитационных центрах, 2011 г.

Регион	Численность инвалидов в Казахстане	Численность взрослых инвалидов 1 и 2 группы	Численность инвалидов-детей до 18 лет	Численность инвалидов-взрослых, без учета инвалидов с ПНП	Численность инвалидов-детей, без учета инвалидов с ПНП	Число коек для взрослых в центрах реабилитации	Число коек для детей в центрах реабилитации
Акмолинская	26298	15095	2104	7548	1052	108	40
Актюбинская	19667	11289	1573	5644	787	81	30
Алматинская	62919	36116	5034	18058	2517	258	97
Атырауская	16268	9338	1301	4669	651	67	25
ВКО	54730	31415	4378	15708	2189	224	84
Жамбылская	36021	20676	2882	10338	1441	148	55
ЗКО	23547	13516	1884	6758	942	97	36
Карагандинская	56994	32715	4560	16357	2280	234	88
Кызылординская	24137	13855	1931	6927	965	99	37
Костанайская	24423	14019	1954	7009	977	100	38
Мангистауская	15215	8733	1217	4367	609	62	23
Павлодарская	26701	15326	2136	7663	1068	109	41
СКО	27388	15721	2191	7860	1096	112	42
ЮКО	93110	53445	7449	26723	3724	382	143
г. Алматы	41063	23570	3285	11785	1643	168	63
г. Астана	14605	8383	1168	4192	584	60	22
Казахстан	563086	323211	45047	161606	22523	2309	866

Не имея данных о составе и структуре инвалидности по Казахстану в целом, мы воспользовались структурой инвалидности по группам и возрастам Карагандинской области, предоставленной нам Медико-социальной экспертизой области.

Расчет проведен по следующему алгоритму:

- из общего числа инвалидов (столбец 2) была выделена группа детей-инвалидов (столбец 4): доля детей до 18 лет в Карагандинской области составила 8 %;
- из общего числа инвалидов были выделены взрослые инвалиды первой и второй групп. Доля в Карагандинской области составила 57,4 % (столбец 3);
- из общего числа инвалидов первой и второй групп (столбец 3) и инвалидов-детей (столбец 4) вычтены инвалиды-взрослые и дети-инвалиды, не имеющие ПНП: их доля принята за 50 %;
- по данным столбца 5 о численности взрослых инвалидов 1 и 2 группы рассчитано число коек для взрослых на основе следующих условий: длительность реабилитации 2 недели, 50 % клиентов нуждаются в койках;
- на основе данных столбца 6 о численности детей рассчитано число коек исходя из срока реабилитации 2 недели, 100 % клиентов нуждаются в койках.

В результате оценки потребности в койко-местах в реабилитационных центрах по второму способу нами были получены следующие значения:

- для обеспечения потребностей инвалидов-взрослых в услугах медицинской реабилитации в Казахстане необходимо всего 2309 мест при существующих 310 койко-местах;
- для обеспечения потребностей детей-инвалидов в услугах медицинской реабилитации в Казахстане необходимо всего 866 мест при существующих 300 койко-местах.

Рассчитанная по данному методу суммарная потребность в койко-местах для реабилитации инвалидов в расчете на 100000 человек населения составляет 19,17 койки, что близко по значению к приведенным в качестве примера параметрам по Канаде (минимум 20 коек на 100000 человек).

Список литературы

- 1 Закон Республики Казахстан от 29 декабря 2008 года «О специальных социальных услугах» // www.enbek.kz
- 2 Minimum requirements for long-term care beds in homes for the aged and nursing homes. Toronto, Hay Health Care Consulting Group, 1997.

Т.П.Притворова, Д.Е.Бектлеева

Мүгедектерді сауықтыруға арналған жартылай стационар түріндегі мекемелер желісі үшін нормативтерді анықтаудың әдістемелік әдіс-амалдары

Мақалада мүмкіндіктері шектеулі азаматтар қоғамының мүшелеріне сауықтыру қызметтерін көрсету орталықтары үшін нормативтерді есептеудің әдістемелік әдіс-амалдары қарастырылған. Мүгедектерді сауықтыруға арналған жартылай стационарлы типті ұйымдар желісі жағдайына талдау жасалған. Мүгедектер үшін сауықтыру орталықтарының қызметтерімен халықты қамтамасыздандыру мәселелері қарастырылған. Авторлар есептеудің екі әдісін әзірледі: республика бойынша қызметтермен қамтамасыздандырудың қол жеткізілген орташа көрсеткіші негізінде және мүгедектің сауықтыру қызметтеріне деген қажеттілігі үлгісін әзірлеу негізінде.

T.P.Pritvorova, D.E.Bektleyeva

Methodical approaches to definition of organizations network of semiportable types for rehabilitation of disabled people

This article discusses the methodological approaches to the calculation of standards of the specialized centres providing rehabilitation services for people with disabilities. The condition analyzes is carried out organizations network of semiportable types for rehabilitation of disabled people. The security of the population of services with reabitation centers is releaved. The authors have developed two methods of calculation: one of them is based on the average level of security services achieved in the Republic, the second is on the basis of developing the model of a disabled' needs in rehabilitation services.

А.Ж.Садуов, Д.Т.Нурсултан

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Определение бизнеса, миссии и целей туристской фирмы

Авторами проанализировано состояние отечественной туристской отрасли. Сделан вывод о том, что до сих пор остается ряд нерешенных вопросов, не лучшим образом влияющих на привлекательность Казахстана как международного туристского направления. Отмечены хорошие перспективы развития индустрии туризма для развивающихся стран. Доказана целесообразность рассмотрения в связи с этим возможности стратегического менеджмента для казахстанских туристских фирм. Изучены основные этапы цикла стратегического управления туристской фирмы. Выделено одно из ключевых понятий в методологии стратегического управления — стратегическая сфера бизнеса.

Ключевые слова: туризм, бизнес, стратегическое управление, услуги, цикл, этапы, миссия, цель, разработка, реализация, показатели, формулировка.

Возникновение применительно к сфере турбизнеса концепции стратегического управления

Вопреки нестабильности мировой экономики, в 2012 г. мировой рынок туризма продолжил расти, а число путешествующих, по свидетельству данных Всемирной туристской организации (ВТО), впервые превысило миллиард. В 2011 г. число международных туристских поездок составило 980 млн, что на 4 % больше, чем годом ранее. Как отмечают эксперты ВТО, рынок сократился на Ближнем Востоке, на Севере Африки, а также в ряде азиатских стран — на фоне революций и беспорядков.

Тем не менее, констатируют аналитики, в последние годы мировой рынок туризма развивается, расширяя географию и укрепляя позиции. На мировом рынке услуг международному туризму, включающему путешествия и перевозки пассажиров, принадлежит доля в более чем 30 %. На туризм приходится 9 % мирового ВВП, до 45 % экспорта наименее развитых стран и каждое двенадцатое рабочее место [1; 8].

В начале 2011 г. эксперты прогнозировали, что одним из наиболее привлекательных для путешественников направлений станет Азиатско-Тихоокеанский регион. Однако жизнь внесла коррективы в этот прогноз — весной 2011-го стихийная и техногенная катастрофа обрушилась на Японию, сильное наводнение произошло в Таиланде.

Особенно хорошие перспективы развития индустрии туризма прогнозируются для развивающихся стран, расположенных в Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии, Латинской Америке, на Ближнем Востоке, в Африке и Восточной Европе. Число туристов в эти страны ожидается на уровне 30 млн в год, в то время как в развитых странах Европы, в США и Канаде прогнозируется 14 млн прибытий ежегодно.

Что касается самых популярных направлений, то специалисты полагают, что наиболее востребованными у туристов на мировом рынке станут государства Северо-Восточной Азии. Количество путешествующих в этом направлении составит примерно 16 % от общего потока. Уступят лидерство страны Южной и Средиземноморской Европы, которые охватят 15 % туристского потока. Самым большим рынком выездного туризма обещает стать Азиатско-Тихоокеанский регион, туристские потоки при этом будут расти быстрыми темпами, примерно на 5 % в год [1; 8].

Отечественная туристская отрасль тоже продолжила восстанавливаться, хотя посткризисный период не был легким. Сегодня на развитии въездного туризма Казахстан зарабатывает порядка 1 млрд долларов в год. Республику ежегодно посещают около 6 млн иностранных туристов. Но, конечно, еще далеко не весь потенциал отрасли, способной оказать мощное воздействие на рост экономики, использован. Для сравнения: Турция получает, привлекая иностранных туристов, до 14 млрд долларов в год [2; 11].

Поэтому в республике развитию туризма уделяется большое внимание: это одно из приоритетных направлений Госпрограммы ФИИР, принята программа развития данной отрасли. Тем более Казахстану, с его богатым природным, культурным, историческим разнообразием, есть чем удивить ту-

ристов. Однако до сих пор остается ряд нерешенных вопросов, не лучшим образом влияющих на привлекательность Казахстана как международного туристского направления.

В условиях экономических изменений современная туристская фирма (турфирма), как и любое предприятие, производящее товары или услуги, сталкивается со множеством проблем. Источниками повышенной сложности управления являются высокая степень неопределенности рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на туристские услуги (туруслуги), ужесточение конкуренции в туристском бизнесе (турбизнес), нехватка финансовых ресурсов и т.д. В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Назрела необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства реализации выбранного пути развития. В краткосрочной перспективе успех турфирмы определяется прежде всего финансовой сбалансированностью различных направлений текущей деятельности. Выживание и развитие на долгосрочную перспективу зависят от способности фирмы своевременно предвидеть изменения на рынке и соответствующим образом адаптировать свою организационную структуру и содержание портфеля заказов на туруслуги. Нацеленность на организацию будущего становится необходимой составляющей активного стратегического мышления современных менеджеров. Их задача заключается в том, чтобы освоить «планирование» непредсказуемого и, осуществив стратегический выбор, последовательно воплотить его в программы действий фирмы, сделав их понятными для всех работников.

В настоящее время каждый регион Казахстана обладает уникальными возможностями для развития туризма, и очень важно правильно определить эти перспективные направления, грамотно преподнести их, оценить, какие финансовые и людские ресурсы нужно задействовать, чтобы получить отдачу. Отсюда встает необходимость рассмотреть сущность и возможности стратегического менеджмента для казахстанских турфирм.

Стратегический менеджмент — это управленческая деятельность по постановке и реализации долгосрочных целей, поддержанию эффективных взаимоотношений фирмы с ее окружением при соответствии поставленных целей ее внутренним возможностям [3–6].

Анализируя понятийный аппарат стратегического менеджмента, полезно рассмотреть и сопоставить данную категорию с противоположным понятием «оперативное управление». Различие подходов к оперативному и стратегическому управлению представлено в таблице.

Хотя стратегическое управление является важнейшим фактором успешного выживания в условиях конкуренции, тем не менее, в действиях организаций зачастую наблюдается отсутствие стратегичности, что и приводит их к поражению в рыночной борьбе.

Основные этапы цикла стратегического управления турфирмы

Хотя общий технологический процесс стратегического управления универсален для предприятий всех отраслей, особенности отрасли туризма и турфирм оказывают влияние почти на все его этапы.

Цикл стратегического управления турфирмы состоит из пяти основных этапов (см. рис.):

- определение бизнеса и миссии организации;
- разработка долгосрочных и краткосрочных целей;
- разработка стратегии;
- реализация стратегии;
- оценка эффективности стратегии и коррекция предшествующих этапов.

Т а б л и ц а

Различия видов управления

Параметры	Оперативное управление	Стратегическое управление
1	2	3
1. Миссия, предназначение	Организация существует для производства товаров и услуг с целью получения дохода от их реализации	Выживание организации в долгосрочной перспективе посредством установления динамического баланса с окружением
2. Преимущественная концентрация внимания менеджмента	Взгляд внутрь организации, поиск путей более эффективного ис-	Взгляд вне организации, поиск новых возможностей в конкурент-

1	2	3
	пользования ресурсов	ной борьбе, отслеживание и адаптация к изменениям в окружении
3. Учет фактора времени	Ориентация на краткосрочную и среднесрочную перспективу	Ориентация на долгосрочную перспективу
4. Основные факторы построения системы управления	Функция и организационные структуры, процедуры, техника и технология	Люди, системы информационного обеспечения, рынок
5. Управление персоналом	Взгляд на работников как на ресурс организации, как на исполнителей отдельных работ и функций	Взгляд на работников как на основу организации, ее основную ценность и источник ее благополучия
6. Оценка эффективности	Эффективность деятельности и управления определяется как категория, отражающая прибыльность использования производственного потенциала	Эффективность деятельности по управлению организацией выражается в том, насколько своевременно и точно организация в состоянии реагировать на новые запросы со стороны рынка и изменяться в зависимости от изменения окружения

Примечание. Использованы данные работы [7; 12, 13].

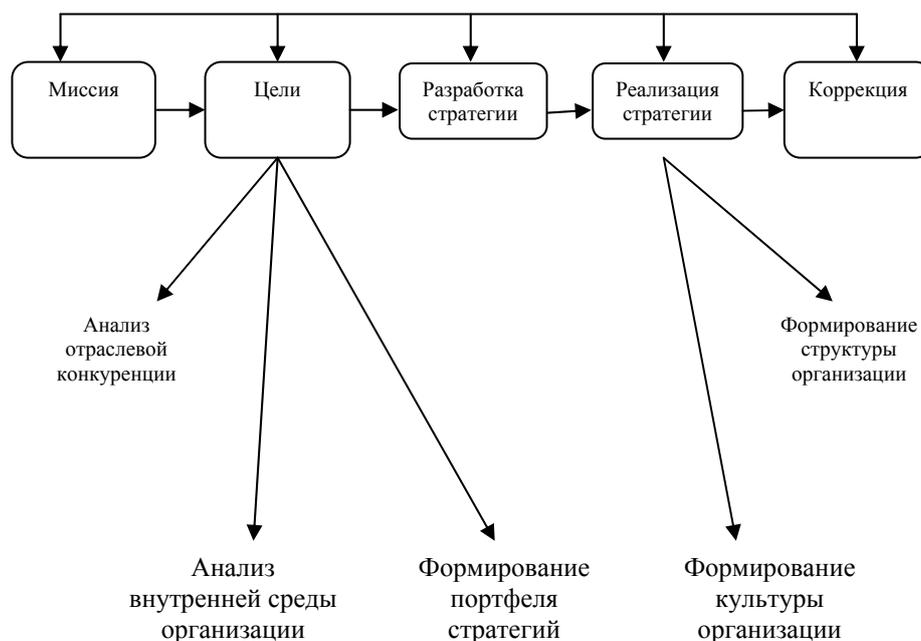


Рисунок. Основные этапы цикла стратегического управления (данные работы [8; 14])

Процесс стратегического управления начинается с определений бизнеса и миссии организации. Далее осуществляется постановка стратегических целей по четырем уровням управления. Этап разработки стратегии состоит из нескольких подэтапов. Первый подэтап — анализ конкуренции, второй — анализ внутренней среды организации, третий — формирование портфеля стратегий. Этап реализации стратегии включает два подэтапа: первый — адаптация (формирование) структуры организации к требованиям стратегического плана, второй — адаптация культуры к требованиям стратегического плана. Так как процесс стратегического управления является непрерывным, то его цикл — замкнутый. На последнем этапе осуществляется сравнение достигнутых результатов с запланированными и выполняется коррекция предшествующих этапов.

Разработка стратегии на каждом уровне заканчивается созданием стратегического плана. В одних организациях он представлен в виде документа, в других — как идеология единого видения и

понимания менеджерами перспектив развития организаций. Чем крупнее организация, тем выше вероятность документирования плана.

Определение бизнеса туристской организации

Определение бизнеса (сферы деятельности) организации предполагает:

- определение удовлетворяемой потребности;
- идентификацию потребителей;
- определение способа удовлетворения потребностей идентифицированных потребителей.

Одним из ключевых понятий в методологии стратегического управления является понятие стратегической сферы бизнеса — от англ. Strategic Business Area (SBA). Все поле деятельности фирмы, обеспечивающей ее существование, разбивается на стратегические сферы бизнеса. Стратегическая сфера бизнеса — это сфера деятельности, в которой предприятие работает в данный момент или будет осуществлять свою деятельность в дальнейшем, учитывая при этом, что оно может функционировать не только в одной, но и нескольких сферах бизнеса. Каждая стратегическая сфера бизнеса включает продукты (виды продукции или услуг), объединенные по одному общему признаку, например:

- характеру удовлетворяемых потребностей;
- технологии;
- типам потребителей;
- географическим районам сбыта.

Возможны другие характеристики. В частности, сфера деятельности крупных гостиничных компаний может быть обширна и включать транспортные услуги, турбизнес, услуги страховых и банковских компаний и т.д.

Каждую стратегическую сферу бизнеса раскрывают следующие показатели:

- 1) объем рынка, определяемый общим объемом реализации продуктов и услуг всеми производителями, в том числе конкурентами, оцениваемый в стоимостных или натуральных единицах измерения;
- 2) доля предприятия в объеме рынка, %;
- 3) стадия жизненного цикла (рыночное развертывание, рост, конкурентная турбулентность, зрелость, спад);
- 4) конкурентная позиция предприятия (сильная, средняя, слабая) в данной стратегической сфере.

На конкретный момент времени (в прошлом, настоящем или будущем) предприятие имеет определенный набор стратегических сфер бизнеса, который подлежит периодической оценке в целях его оптимизации. Необходимость такого пересмотра набора обусловлена изменениями во внешней и внутренней среде предприятия, а также в его главных целях и методах их достижения.

За ведение бизнеса в конкретной стратегической сфере часто отвечает структурная единица фирмы, обладающая некоторой организационно-экономической автономией, — отделение, филиал, внутренняя (или совместная с другими предприятиями) проектная группа, это может быть даже один работник. Такая единица обретает статус стратегического центра бизнеса — от англ. Strategic Business Unit (SBU) и может работать с одной или несколькими стратегическими сферами бизнеса.

Формирование миссии турфирмы

Исходя из сфер бизнеса фирмы формируется ее миссия.

Миссия определяет место, роль и положение предприятия в обществе, его общественный статус. Ее можно рассматривать как стратегический инструмент, идентифицирующий целевой рынок и широко определяемый бизнес, или как основную деятельность предприятия. Обсуждение миссии не менее значимо, чем собственно ее формулировка. Оно вовлекает большое число сотрудников в процессы формирования и реализации целевых установок предприятия, помогает каждому оценить перспективы и возможности своей работы в фирме. Миссия позволяет рядовым работникам и руководителям взглянуть на деятельность предприятия в перспективе, что необходимо для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности. Кроме того, корпоративная миссия играет важную коммуникационную роль — как внутреннюю (для разъяснения целей деятельности предприятия), так и внешнюю (для информирования акционеров, поставщиков, потребителей).

Миссия имеет и философско-этический аспект, своего рода связующий культурный элемент, позволяющий организации функционировать как единое целое. Она отражает философию бизнеса, ми-

ровоззренческую позицию, объединяет мир бизнеса с миром индивидуума, помогает сотрудникам однозначно воспринимать события и находить общий язык.

Формулировка миссии должна быть простой, достаточно краткой и ясной и отражать:

- общий характер потребностей, удовлетворяемых предприятием;
- общую характеристику потребителей;
- характер продукции предприятия;
- основные конкурентные преимущества предприятия.

Миссия предприятия формулируется стратегическим руководителем на основе синтеза факторных групп (возможность компромисса между ними с учетом внутренней структуры приоритетов для каждой группы, оценки направления и силы воздействия факторов). Она отражает:

- 1) ценности ключевых руководителей предприятия (по персоналиям), активно воплощаемые ими в жизнь (духовное развитие, престиж, признание, альтруизм, подъем благосостояния, рост качества жизни и др.);
- 2) организационные приоритеты, воплощенные в организационной культуре предприятия (традиции, ритуалы, верования, общественное мнение, этические нормы, принятые в организации приоритеты ценностей — стабильность и инновационность, инициативность и предприимчивость, исполнительность и дисциплинированность);
- 3) цели общества (подъем уровня жизни, охрана здоровья граждан, обеспечение безопасности и др.).

Формулировка миссии, как правило, дается на первой странице годового отчета предприятия или провозглашается руководителем предприятия на ежедневном собрании акционеров. Ответственность за формулировку миссии, так же, как и за будущую позицию предприятия, лежит на высшем руководстве и не может быть делегирована, хотя помощь со стороны вполне допустима и даже необходима на этом этапе стратегического управления.

Миссия может быть эффективна лишь в случае, когда:

- действительно может оказать действенную помощь организации в ее стремлении стать лучше;
- в ней сконцентрировано истинное видение менеджерами будущего организации;
- ее разделяют большинство сотрудников организации.

Определение целей турфирмы

После того, как миссия сформулирована, необходимо определить долгосрочные (3–5 лет и более) и краткосрочные (1–2 года) цели организации. В зависимости от значимости целей они подразделяются на генеральную (главную) цель и цели, обеспечивающие достижение главной цели. Дальнейшее деление может быть продолжено до уровня задач. Как правило, они объединяются в иерархическую модель, называемую «деревом целей». Главная цель предприятия, для реализации которой разрабатывается стратегия, тесно связана с миссией и выражает ведущий приоритет в системе взаимосвязанных и последовательно реализуемых целей предприятия.

Генеральная цель достигается путем реализации подцелей и задач. В процессе постановки целей для всех уровней управления необходимо учитывать, что они должны быть четко сформулированы, измеримы, достижимы и определены во времени, поэтому при их формировании следует избегать общих фраз типа «увеличение оборота», «максимизация прибылей», «снижение затрат», «повышение эффективности».

Иногда в компаниях распределение целей на долгосрочные и краткосрочные не производится, формулируются только цели высшего порядка, называемые стратегическими.

На разработку стратегических целей и планов оказывает влияние ряд факторов, среди которых: общие перспективы развития отрасли; конкуренция; культура и структура организации; отношения между высшим руководством и руководителями по уровням управления; конкурентный потенциал организации; история организации. Качество выполнения рассмотренных первых двух этапов стратегического управления (см. рис.) предопределяет как эффективность последующих, так и управления в целом.

Список литературы

- 1 Шатерникова А. Несмотря на наметившийся за последние годы рост внутреннего туризма, летом казахстанские курорты и базы отдыха пока не могут конкурировать с зарубежными // Панорама. — 2013. — № 8. — 8 марта. — С. 8.
- 2 Алибекова Р. Открывая мир туризма // Казахстанская правда. — 2013. — 15 марта. — С. 11.

- 3 *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический менеджмент: Учебник. — М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. — 416 с.
- 4 *Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П.* Стратегическое управление: Учебник. — М.: Омега - Л, 2008. — 464 с.
- 5 *Каренов Р.С.* Стратегический менеджмент. — Караганда: ИПЦ «Профобразование», 2006. — 362 с.
- 6 *Кэмпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б.* Стратегический менеджмент: Учебник: Пер. с англ. — М.: ООО «Издательство Проспект», 2003. — 336 с.
- 7 *Панов А.И.* Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. — 240 с.
- 8 *Забелин П.В., Моисеева Н.К.* Основы стратегического управления: Учеб. пособие. — М.: Информ.-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. — 195 с.

А.Ж.Садуов, Д.Т.Нұрсұлтан

Туристік фирманың бизнесін, миссиясын және мақсаттарын анықтау

Дамушы елдер үшін туризм индустриясының болашақта жарқын даму мүмкіндігі бар екендігі көрсетілген. Халықаралық туристік бағыт ретіндегі Қазақстанның тартымдылығына оң ықпал жасай қоймайтын бірқатар шешуін таппаған мәселелер бары туралы қорытынды жасалған. Осыған байланысты авторлар қазақстандық туристік фирмалар үшін стратегиялық менеджмент мүмкіндіктерін қарастыру қажеттігін дәлелдеген. Туристік фирманы стратегиялық басқару циклының негізгі кезеңдері зерттелген. Стратегиялық басқару әдістемесіндегі өзекті ұғымдардың бірі — бизнестің стратегиялық сферасы анықталған.

A.Zh.Saduov, D.T.Nursultan

Definition of business, mission and purposes of tourist firm

It is noted that good prospects of development of the industry of tourism are predicted for developing countries. The condition of domestic tourist branch is analyzed. The conclusion that still there is a number of the unresolved questions not in the best way influencing appeal of Kazakhstan as the international tourist direction is drawn. Expediency of consideration in this regard is proved to possibility of strategic management for the Kazakhstan tourist firms. The main stages of a cycle of strategic management of tourist firm are studied. It is specified that one of key concepts of methodology of strategic management is the concept of the stretgichesky sphere of business.

ҚАЗІРГІ ЗАМАҢҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 65(075.8)

Р.С.Каренов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Методы и инструменты осуществления основных функций современного менеджмента в предпринимательстве

Изложены особенности современной системы бизнеса. Выделены отличительные особенности предпринимательской деятельности, которая является основным элементом бизнеса. Раскрыты конкретные действия для создания и успешной практической деятельности менеджера-предпринимателя. Описаны методы и инструменты управления предпринимательской деятельностью. Отмечено, что менеджмент в малом бизнесе имеет существенные особенности, связанные с малым масштабом производства, неразвитостью организационной структуры, отсутствием разделения управленческого труда. Проанализирована «решетка» менеджмента, которая дает возможность выделить пять характерных типов управленческого поведения. Уделено внимание вопросу лидерства в предпринимательском управлении.

Ключевые слова: бизнес, менеджмент, предпринимательство, особенности, менеджер-предприниматель, функции, малые и средние предприятия, стиль управления, лидерство.

Характеристика современного бизнеса

Бизнес представляет собой совокупность материальных, финансовых, трудовых и информационных ресурсов в целях производства товаров (услуг), предназначенных для продажи другим экономическим агентам — предприятиям (организациям). Его основной целью является максимизация прибыли, т.е. получение экономического эффекта [1; 8].

Субъектами бизнеса выступают [1; 9]:

- предприятие, целью которого является обеспечение экономической безопасности, разработка планов развития организации. От лица предприятий выступают производители, покупатели, посреднические структуры;
- собственник бизнеса — занимается выбором варианта распоряжения собственностью, обоснованием цены купли-продажи организации или ее доли;
- кредитные организации — определяют размер ссуды, выдаваемый под залог предприятия, занимаются проверкой финансовой дееспособности заемщика;
- страховые организации — устанавливают размер страхового взноса, страховых выплат;
- фондовые биржи — занимаются расчетом конъюнктурных характеристик, проверкой обоснованности котировок ценных бумаг;
- инвесторы проверяют целесообразность инвестиционных вложений;
- государственные органы — осуществляют подготовку организации к приватизации, использование на предприятии различных видов налогов и т.д.

Помимо субъектов, система бизнеса характеризуется тремя основными компонентами:

- 1) производством продукции;

- 2) торговлей;
- 3) коммерческим посредничеством.

В настоящее время основным элементом бизнеса является предпринимательская деятельность. Кстати, понятия предпринимательства и предпринимательской деятельности интересовали экономистов с момента зарождения экономической науки. Научные исследования по предпринимательской деятельности вели такие экономисты, как Р.Кантильон, А.Смит, Ж.-Б.Сей, Й.Тюнен, Й.Шумпетер, П.Друкер и другие. Каждый из них акцентировал внимание на разных ее составляющих. Обобщение трудов по проблеме предпринимательства позволяет выделить следующие отличительные особенности предпринимательской деятельности [2; 5, 6]:

- деятельность по управлению и эффективному объединению общественных ресурсов, наличие свободы принятия решений при управлении экономическими ресурсами: она определяется соотношением собственных и привлеченных средств, формой организации (индивидуальная или коллективная), системой государственного регулирования;
- новые идеи, деятельность по поиску и реализации новых комбинаций экономических ресурсов общества;
- наличие неопределенности в достижении конечного результата, или предпринимательский риск. Предпринимательский риск связан с понятием «ответственность» и предполагает ответственность предпринимателя за эффективное использование общественных ресурсов — собственных и привлеченных. Величина предпринимательского риска определяется размером ответственности предпринимателя, в первую очередь, имущественной, за неправильно принимаемые решения, а степень предпринимательского риска определяется уровнем управленческих способностей предпринимателя, стабильностью экономической ситуации в стране, уровнем правовой защищенности предпринимателя, характеристиками партнеров и т.д.

Таким образом, предпринимательская деятельность объединяет функции собственника, новатора и менеджера.

Следует разграничивать понятия «предприниматель» и «предпринимательская деятельность». Предпринимателем следует считать лицо, которое реализует предпринимательскую функцию и идентифицируется в общественно-правовой системе как предприниматель, т.е. зарегистрировано в качестве индивидуального предпринимателя или коммерческой организации. Это позволяет лицу, занимающемуся предпринимательской деятельностью, получить все права, которыми обеспечивает общество статус предпринимателя: самостоятельно осуществлять хозяйственную деятельность, распоряжаться прибылью, заниматься любой деятельностью и создавать любые предприятия, не запрещенные законом, привлекать имущество, денежные средства и имущественные права физических и юридических лиц, участвовать своим имуществом в деятельности других хозяйствующих субъектов и др. [2; 6, 7].

Предпринимательская деятельность — это инициативная, хозяйственно-самостоятельная, имеющая определенный организационно-правовой статус бизнес-деятельность физических или юридических лиц, осуществляющих вложение капитала, производство и продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг, с целью получения прибыли и достижения социального эффекта. Основными субъектами предпринимательства выступают организации (предприятия) — юридические лица [1; 11].

Предприниматель призван постоянно искать новые формы участия в экономической деятельности, которые принесут ему более высокий эффект, чем те, что использовались им ранее. Предприниматель вынужден также постоянно выступать в качестве менеджера. Поэтому в предпринимательской организации формируется новый тип менеджера — менеджер-предприниматель вместо менеджера-администратора. Менеджеры должны рассматривать каждого человека, независимо от занимаемого им положения, как предпринимателя, который осознает и разделяет цель (цели) организации, имеет право самостоятельно принимать решения и распоряжаться необходимыми ресурсами и информацией.

Содержание и особенности менеджмента в предпринимательстве

Предпринимательство предшествует менеджменту. Иначе говоря, сначала организуется дело, затем его менеджмент. Сфера предпринимательства включает разработку предпринимательской идеи, изыскание ресурсов и определение способов их эффективного использования. Сфера менеджмента охватывает процессы обеспечения эффективного использования ресурсов [3; 23].

Как и в других сферах, в предпринимательстве наряду с принципами, процессами и методами общего менеджмента, характерными для любой организации в целом, выделяются отдельные его разновидности, использующие специфические формы управления различными функциональными сферами предприятия или видами хозяйственной деятельности. Они получили название функционального менеджмента (рис. 1).

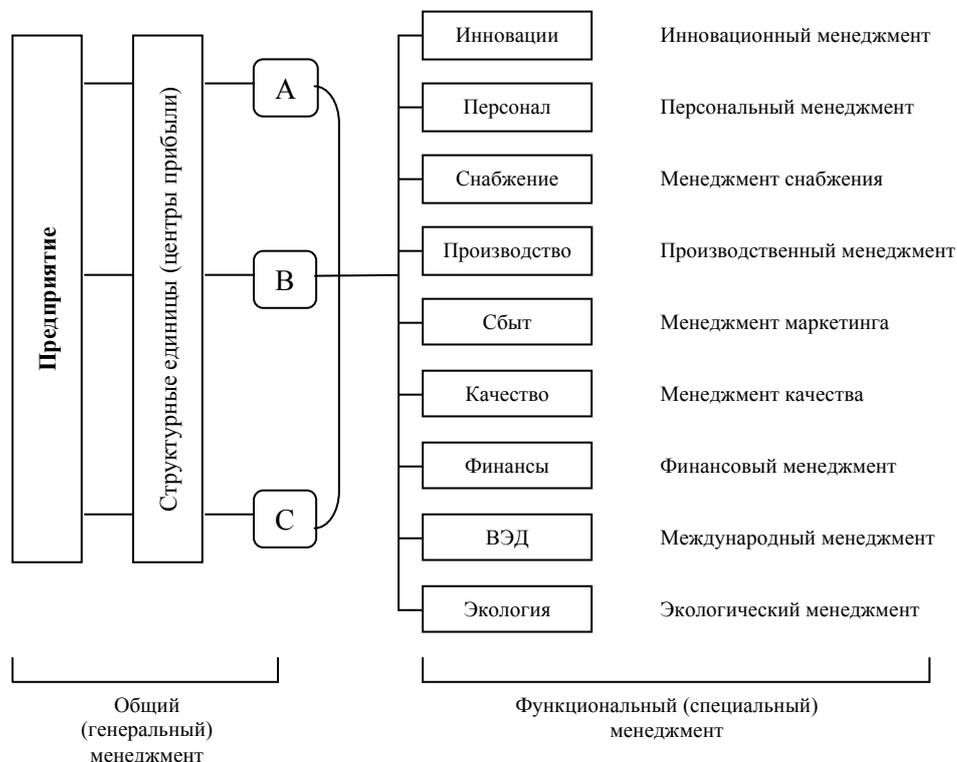


Рисунок 1. Объекты и виды менеджмента в предпринимательстве (данные работы [4; 47])

Общий, или генеральный, менеджмент заключается в управлении деятельностью предприятия в целом или его структурными звеньями — центрами прибыли. Функциональный, или специальный, менеджмент заключается в управлении определенными сферами, функциональными областями деятельности предприятия.

Менеджмент в предпринимательстве — это процесс, направленный на достижение целей создания и развития предприятия путем строгого упорядочения процессов трансформации исходных ресурсов в конечные результаты [4; 48]. Поэтому менеджмент включает осуществление функций планирования, организации, мотивации, контроля, а также связующих процессов в деятельности фирмы, а именно коммуникаций и принятия и реализации управленческих решений. Профессиональный менеджмент требует разносторонних знаний, научно-исследовательского подхода, стратегического и вариантного мышления, компьютерной грамотности, организационной культуры, коммуникабельности, самостоятельности, новаторства, предприимчивости. Таким образом, предприниматель и менеджер имеют ряд общих черт. Это находит свое выражение в предпринимательском поведении менеджера: в целях и путях их достижения, системе стимулирования, используемой информации, стиле и методах управления и т.д.

В теоретических работах и практической деятельности используются различные систематизации функций менеджмента. Выделяют три группы функций менеджмента: предметные (основные), процессуальные и социально-психологические (рис. 2).

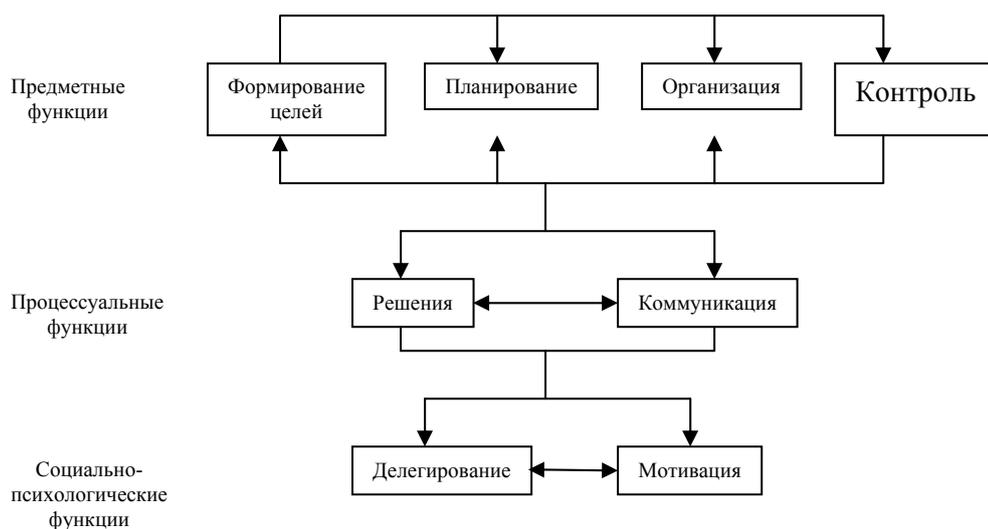


Рисунок 2. Система функций менеджмента в предпринимательстве (данные работы [4; 52])

Предметные функции менеджмента являются наиболее общими для любых видов и условий предпринимательской деятельности. Они отражают содержание основных стадий и выделяют предметные области управленческой деятельности на всех иерархических уровнях. Эффективный менеджмент в предпринимательской среде должен предусматривать осуществление следующих основных предметных функций: формирование целей, планирование, организация и контроль.

Основной целью менеджмента в сфере бизнеса как практики эффективного управления является обеспечение прибыльности предприятия путем рациональной организации производственного (торгового) процесса, включая управление производством (коммерцией) и развитие технико-технологической базы.

Исходя из этого важнейшей задачей менеджмента является организация производства товаров и услуг с учетом спроса потребителей на основе имеющихся ресурсов. При этом к задачам менеджмента также относят [1; 135, 136]:

- переход к использованию работников, обладающих высокой квалификацией;
- стимулирование сотрудников организации путем создания для них соответствующих условий труда и системы его оплаты;
- определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;
- разработка стратегии развития организации и реализация;
- определение конкретных целей развития организации;
- постоянный поиск и освоение новых рынков;
- выработка системы мероприятий для достижения намеченных целей;
- осуществление контроля за эффективностью деятельности организации, за выполнением поставленных задач.

Задачи менеджмента в системе бизнеса непрерывно усложняются по мере роста масштабов и развития производства и коммерции. Выполненные задачи и достигнутые намеченные цели оцениваются на рынке.

Планирование как функция менеджмента заключается в обоснованном формировании основных направлений и пропорций в предпринимательской деятельности в соответствии с установленными целями развития, возможностями ресурсного обеспечения и имеющимся спросом на рынке. Значение планирования состоит в том, что в ходе плановых расчетов обеспечивается детализация установленных целей деятельности предприятия, доведение их до отдельных структурных звеньев и исполнителей; установление состава реализуемых проектов, распределение заданий по участникам; определение состава необходимых ресурсов, согласование очередности и сроков реализации отдельных работ, обеспечение выполнения заданий, установленных на каждый период времени.

Сущность функции организации заключается в обеспечении выполнения установленных плановых заданий с целью реализации принятой стратегии развития предприятия. Для этого следует установить состав необходимых ресурсов и исполнителей, распределить задания, скоординировать рабо-

ту исполнителей во времени, наладить кооперацию участников, обеспечить контроль и взаимную информацию и пр. Выполнение перечисленных задач осуществляется путем создания организационной структуры предприятия, установления характера взаимоотношений между ее элементами и регулирования порядка и условий их функционирования.

Контроль и регулирование как предметная функция менеджмента завершают управленческий цикл и, таким образом, гарантируют эффективность осуществления всех остальных функций. Сущность этой функции менеджмента состоит в том, что она обеспечивает выполнение установленных плановых заданий, направленных на достижение принятых целей развития в заданных организационных условиях.

Социально-психологические функции менеджмента включают управленческие процессы и инструменты, способствующие эффективному осуществлению предметных функций управления на предприятии. Они связаны в основном с характером производственных отношений в коллективе и содержат две разновидности управленческих воздействий на индивида — делегирование и мотивацию.

Процессуальные функции менеджмента содержат два вида деятельности, составляющих содержание труда менеджера любого уровня иерархии — решения и коммуникации. По существу, процессуальные функции менеджмента являются основными средствами реализации его предметных и социально-психологических функций.

Значение и роль малого предпринимательства в мире и Казахстане

Осуществляемые в Казахстане экономические реформы явились условием становления и развития малого предпринимательства, которое решает основные функции, присущие вообще предпринимательской деятельности. Как показывает опыт развитых стран, малое и среднее предпринимательство играет весьма большую роль в экономике. Его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, т.е. решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку малому предпринимательству, которому свойственны цивилизованные черты. Дееспособное население все больше и больше начинает заниматься малым бизнесом, так как его развитие способствует решению следующих задач [1; 75]:

- формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения в товарах и услугах;
- расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ и услуг;
- приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
- содействие структурной перестройке экономики;
- привлечение личных средств граждан для развития производства;
- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы, вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения;
- более эффективное использование творческих способностей людей, освоение различных видов ремесел, народных промыслов;
- формирование социального слоя собственников;
- освоение и использование местных источников сырья.

Термин «малые и средние предприятия» впервые использовал британский министр М.Миллан в докладе о промышленном и финансовом состоянии Великобритании в 1931 г.; первое определение малого предприятия появилось в США в Законе об определенных видах обслуживания (1948 г.) и Законе о малом бизнесе (1953 г.).

Как явствует из самого определения, «малое предпринимательство» — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях (показателях), конституирующих сущность этого понятия [5; 5].

Как показывает мировая и отечественная практика, основным критериальным показателем, на основе которого предприятия (организации) различных организационно-правовых форм относятся

к субъектам малого предпринимательства, является в первую очередь средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии (организации).

В разных странах мира чаще всего используется следующее деление предприятий [6; 3]:

- крупное — предприятие с численностью работающих более 500 человек;
- среднее — от 100 до 500 человек;
- малое — до 100 человек.

В нашей стране, в соответствии с Законом РК «О частном предпринимательстве», принятым 21 января 2006 г. № 124 – III (с изменениями и дополнениями по состоянию на 25 августа 2009 г.) [7; 6, 7]:

1. Субъектами малого предпринимательства являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица со среднегодовой численностью работников не более пятидесяти человек и юридические лица, осуществляющие частное предпринимательство, со среднегодовой численностью работников не более пятидесяти человек и среднегодовой стоимостью активов за год не свыше шестидесятитысячекратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете на соответствующий финансовый год.

2. Субъектами среднего предпринимательства являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица со среднегодовой численностью работников свыше пятидесяти человек и юридические лица, осуществляющие частное предпринимательство, со среднегодовой численностью работников свыше пятидесяти, но не более двухсот пятидесяти человек или среднегодовой стоимостью активов за год не свыше трехсотдвадцатипятидесятикратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете на соответствующий финансовый год.

3. Субъектами крупного предпринимательства являются юридические лица, осуществляющие частное предпринимательство, со среднегодовой численностью работников более двухсот пятидесяти человек или общей стоимостью активов за год свыше трехсотдвадцатипятидесятикратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете на соответствующий финансовый год.

В Японии к малым предприятиям относятся компании, отвечающие следующим требованиям: в промышленности уставный капитал должен быть не более 100 млн йен и количеством занятых до 300 человек, в оптовой торговле — 30 млн йен и 100 человек, в розничной торговле — 10 млн йен и 50 человек. В США к малым относятся компании с количеством занятых до 99 человек (в том числе до 24 человек — к наименьшим, 25–99 — к малым); от 100 до 499 — к промежуточным, от 500 до 999 — к крупным и более 1000 человек — к крупнейшим. В Великобритании к малым предприятиям относятся предприятия с количеством занятых до 24 человек, во Франции — от 10 до 50 человек [2; 12].

Среди качественных критериев при отнесении компании к субъектам малого предпринимательства используются следующие:

- предприятие владеет небольшой долей рынка;
- управление предприятием осуществляет лично его владелец;
- предприятие является независимым, т.е. не подчиняется крупной компании.

Малые предприятия играют важную роль в современной экономике. Например, в США малые и средние компании производят 21 % валового продукта в обрабатывающей промышленности, 80 % — в строительстве, 86 % — в оптовой торговле, 81 % — в сфере обслуживания [2; 13]. Именно на основе обобщения наиболее часто встречающихся в американской литературе данных о развитии малого предпринимательства в США, С.З.Жизнин и В.И.Крупнов предложили следующую классификацию достоинств и недостатков малого бизнеса [8; 26–31]:

А. Практические достоинства малого бизнеса:

1. Независимость действий. В большинстве малых предприятий управленческая иерархия отсутствует, что дает свободу действий энергичному и инициативному предпринимателю.

2. Возможность более гибких и оперативных решений. В отличие от крупного бизнеса, где существует сложная структура принятия управленческих решений, мелкий бизнес быстро и оперативно реагирует на конъюнктурные изменения и неожиданные обстоятельства, что особенно часто связано с модой и изменениями в предпочтениях потребителей.

3. Адаптация к особенностям местных условий. Как правило, мелкие предприниматели работают на местном рынке, хорошо знают обычаи, привычки и предпочтения своих потребителей. Поэтому

есть немало случаев, когда успешно действующие на национальном рынке фирмы не могут конкурировать с местными фирмами.

4. Сильные симпатии к малому бизнесу. Малый бизнес ассоциируется с «американской мечтой», поэтому в общественном мнении преобладают симпатии к малым фирмам, а критические оценки чаще адресованы большому бизнесу.

5. Более низкие операционные расходы, т.е. более низкие издержки содержания малых фирм (более низкий фонд заработной платы, небольшие инвестиции в оборудование, низкие управленческие расходы, помощь членов семьи).

6. Шансы на быстрый материальный успех. Одновременное получение зарплаты и всех доходов от бизнеса.

7. Долгосрочные выгоды. Вкладывая средства в свою фирму, предприниматель надеется в случае успешного ведения дела легко и выгодно продать его, при необходимости.

8. Совмещение нескольких профессий. Немало людей предпочитают быть в одном лице мастером на все руки (финансистом, менеджером и т.п.), и малый бизнес дает им эту возможность.

9. Преимущества при специфическом или персональном рынке. Малый бизнес имеет преимущества, когда рынок имеет ярко выраженный сезонный характер или специфические условия, крупные же фирмы в этих условиях менее маневренны из-за негибкости головных органов.

10. Сохранение предпринимательского духа. Инновационный предпринимательский дух преобладает в небольших фирмах, особенно в перспективных современных отраслях, таких как электроника, генная инженерия, компьютеры.

Б. Практические недостатки малого бизнеса:

1. Трудности привлечения служащих. По сравнению с крупными корпорациями малые фирмы не могут нанимать наиболее эффективных, квалифицированных и опытных работников, поскольку не в состоянии выплачивать им адекватную заработную плату. Кроме того, малые фирмы не гарантируют им социальную защищенность, не обеспечивают качественную профессиональную подготовку, не всегда могут оплачивать отпуск и производить отчисления в пенсионный фонд. Продвижения по служебной лестнице в малой фирме ограничены, к тому же работа здесь менее престижна, чем в крупных корпорациях.

2. Невысокий уровень специализации менеджеров. В малой фирме лишь один человек отвечает за все крупные деловые операции, а он не может быть сильным экспертом во всех сферах. Не под силу мелким фирмам и исследовательская работа, необходимая для любого бизнеса, из-за ее дороговизны.

3. Некомпетентность менеджеров. Чтобы начать малый бизнес в США, необходимо иметь хотя бы немного капитала и преодолеть незначительные бюрократические препятствия. Это привлекает многих людей с недостаточным образованием и отсутствием опыта, но в то же время с энтузиазмом, умом и другими качествами, необходимыми для успеха. Однако их некомпетентность является одной из причин неудач малых фирм.

4. Личностные проблемы. Личные проблемы предпринимателя связаны с семьей, поскольку просчеты в бизнесе могут непосредственно отразиться на жизненном уровне семьи. К тому же у предпринимателя ненормированный рабочий день, постоянные трудности, груз ответственности и высокая степень риска. Поэтому без поддержки семьи все это трудно выдержать.

Финансовые трудности связаны с проблемами получения кредитов, особенно долгосрочных, что связано с низким рейтингом надёжности малых фирм.

Повышенная чувствительность к экономическим изменениям. Малые фирмы имеют небольшие финансовые резервы, поэтому они чрезвычайно чувствительны ко всем изменениям в экономике — инфляции, росту цен, спаду и т.п.

Зависимость. Независимость в управлении малым бизнесом является частично иллюзорной, поскольку владелец вынужден подчиняться законам о налогах и заработной плате, контрактам и нормативным актам. Конкуренты диктуют ему график работы и уровень цен; вовлечение членов семьи вызывает множество психологических и бытовых проблем.

Единая ответственность предпринимателя за бизнес. Неправильные решения, неконтролируемые факторы (экономический спад, более удачливые конкуренты, неудачное местоположение и пр.) могут привести к банкротству, и вся ответственность ложится на предпринимателя.

Необходимость постоянно контролировать выполнение обязательств. Управление финансами — одна из сложных задач для предпринимателя, так как он должен выполнять свои финансовые обяза-

тельства перед рабочими и кредиторами, сборщиками налогов и владельцами арендуемых помещений, и все это при ограниченных финансовых ресурсах.

Недостаток экспертного потенциала. Человек может быть квалифицированным работником, но плохим коммерсантом или финансистом. Начав свой бизнес, человек вынужден тратить массу времени на коммерцию, поиски рынков сбыта, составление графиков работы для своих сотрудников и т.д., и у него совсем не остается времени для своей профессиональной деятельности, что часто приводит к неудачам в бизнесе.

Оперативные недостатки по сравнению с крупными фирмами. Преимущества крупного бизнеса заключаются в наличии квалифицированных специалистов во всех сферах бизнеса, в возможности вести более масштабное производство, что ведет к снижению цен, в наличии достаточных финансовых ресурсов, позволяющих смягчать временные экономические неурядицы. Всего этого лишен малый бизнес.

Как свидетельствуют авторы, несмотря на перевес в сторону недостатков, многие американцы решаются на организацию собственного дела. Достаточно сказать, что в США ежегодно образуется около 600 тыс. новых фирм, а прекращают свое существование около 400 тыс. Таким образом, сальдо в пользу малого бизнеса.

Говоря о роли малого бизнеса в Казахстане, следует подчеркнуть, что малые предприятия — это не побочная сфера экономики. Малый бизнес органично включается в хозяйственную структуру, в конкурентную среду и в общественное разделение труда. Причем роль его в современной динамичной жизни неуклонно возрастает. Не зря в достижении задач, обозначенных Президентом страны в Стратегии «Казахстан–2050», предпринимательству принадлежит одна из ключевых ролей.

Стратегия «Казахстан–2050», по сути, определила новый экономический курс страны, основанный на реальном прагматизме и всесторонней, взвешенной поддержке малого и среднего бизнеса. В ней обозначены следующие шаги: «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.

Для этого необходимо:

Поощрять стремление малого и среднего бизнеса к объединению и кооперации и создать систему их поддержки и поощрения.

Развивать внутренний рынок за счет поощрения местных бизнес-инициатив и минимального, но жесткого регулирования.

Предусмотреть введение новой, более жесткой, системы ответственности для госчиновников, которые создают искусственные препоны для бизнеса.

С учетом новых реалий, в том числе нашего участия в ЕЭП, предстоящего вступления в ВТО, усовершенствовать механизмы поддержки отечественных производителей и принимать все необходимые меры для защиты и продвижения их интересов.

Задача сегодняшнего дня — создание необходимых условий и предпосылок для перехода мелких предприятий и индивидуальных предпринимателей в разряд средних...

Во-вторых, для построения надежного диалога на принципах государственно-частного партнерства необходимо продолжить консолидацию бизнеса, что решает задачу широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей в реализацию этой новой стратегии.

Анализ международного опыта показывает, что консолидация предпринимателей в палатах — один из важных факторов эффективности экономики; там, где это сделано, на деле воплотился принцип «сильный бизнес — сильное государство»...

В-третьих, государство должно изменить свою роль. Нам необходима вторая волна широкомасштабной приватизации.

Это непростой шаг, так как он будет означать перераспределение ответственности между государством и рынком. Но мы должны пойти на него, чтобы сохранить высокие темпы экономического роста.

Частный бизнес всегда и повсюду действует эффективнее государства. Поэтому мы должны передать в частные руки предприятия и услуги нестратегического характера. Это принципиально важный шаг для укрепления отечественного предпринимательства.

Первым шагом на этом пути стал успешный старт программы «Народное IPO». Это в первую очередь распределение национального богатства в руки народа» [9; 5].

Важно отметить, что в Казахстане к настоящему времени вся национальная законодательная основа по предпринимательству уже создана и соответствует передовому мировому опыту.

В республике принято несколько государственных программ, в каждой из которых есть инструменты поддержки предпринимателей. Кроме широко известной программы «Дорожная карта бизнеса-2020», Правительством разработан целый ряд программ для оказания комплексной поддержки развитию бизнеса в регионах: «Экспортер-2020» — для стимулирования несырьевого экспорта, «Производительность-2020» — для технологической модернизации и повышения производительности экономики и «Инвестор-2020» — для привлечения крупных инвесторов. По всем этим программам предусмотрено свыше 30 инструментов государственной поддержки! Это льготные кредиты, льготы по налогам, субсидирование процентных ставок по кредитам, гарантирование кредитов предпринимателей, гранты на приобретение техники и многие другие. Интересной для средних и крупных предприятий, стремящихся к расширению бизнеса или диверсификации, является программа фонда «Даму» для новых стартап-проектов, под которые можно получить кредит под 7 % с общей суммой 20 миллионов тенге.

Особенности менеджмента и стиль управления в малом бизнесе

Особенности менеджмента в малом бизнесе обусловлены преимущественно неформальным исполнением власти. В малом трудовом коллективе от менеджера ждут исключительно высокой и естественной готовности обеспечить отношения с сотрудниками. Все это и определяет требования к личности менеджера малого бизнеса [6; 40]:

1. Менеджер все время на виду, его авторитет зависит от его профессиональных и личных качеств.
2. Менеджер должен обладать большой гибкостью в работе, уметь предвидеть события и приспособлять деятельность фирмы к изменяющимся условиям.
3. Менеджер должен обладать способностью формировать и развивать эффективные рабочие группы.
4. Менеджер должен воспринимать своих подчиненных как группу, а не как отдельных личностей и поддерживать общение с ними как с группой.
5. Задача менеджера не формализовать отношения в коллективе, а учитывать их в своей работе, поддерживать атмосферу творческого взаимодействия.
6. Менеджер должен обладать высокой способностью влиять на окружающих.
7. Менеджер должен уметь обучать и развивать подчиненных.
8. Начальствование не подчеркивается, но менеджер несет ответственность за результаты работы и атмосферу в коллективе.

Перечисленные требования характеризуют хорошего, профессионального менеджера, знающего особенности управления коллективом в малом бизнесе и учитывающего их в своей работе.

Однако полезно знать и те ошибки в работе менеджера, которые порой встречаются в практике управления.

Тринадцать «смертных грехов» менеджера [6; 41]:

1. Отказ от личной ответственности.
2. Сдерживание роста квалификации сотрудников.
3. Проверка результатов вместо влияния на мотивацию действий.
4. Чрезмерная принципиальность в оценке действий сотрудников.
5. Забыть о важности прибыли.
6. Руководить всеми сотрудниками одинаково.
7. Акцентировать внимание на проблеме, а не на цели.
8. Быть начальником, а не товарищем.
9. Пользоваться привилегиями.
10. «Душить» критику.
11. Наказывать за инициативу.

12. Опаздывать к назначенному сроку.

13. Не выполнять обещанное.

Стиль управления в малом бизнесе — это то, как руководитель выполняет свои функции, т.е. не то, что он делает, а как это делает.

Обычно различают три основных стиля управления: авторитарный; демократический; либеральный [6; 43].

1. Авторитарный стиль характеризуется высокой централизацией руководства, доминированием единоначалия. Руководитель требует, чтобы ему докладывали о всех делах, единолично принимает решения или отменяет их, большинство вопросов решает сам.

2. Демократический стиль управления характеризуется определенным распределением полномочий между руководителем и коллективом. Руководитель старается решать дела, советуясь с подчиненными, особенно в сложном положении. Демократичный руководитель стремится к тому, чтобы подчиненные работали самостоятельно.

3. Либеральный стиль управления характеризуется отсутствием активного участия руководителя в управлении коллективом. В управленческой работе он недостаточно заинтересован и подходит к делу, скорее, формально.

Однако на практике каждый руководитель имеет свой стиль управления, так или иначе сочетающий элементы трех основных стилей. Тем не менее все разнообразие стилей укладывается в «силовом поле» между вектором «внимание к производству» (нацеленность на создание товара) и вектором «внимание к человеку» (нацеленность на гуманное отношение к людям). В результате образуется «решетка» менеджмента, которая дает возможность выделить пять характерных типов управленческого поведения: а) диктатора; б) демократа; в) пессимиста; г) манипулятора; д) организатора (рис. 3).

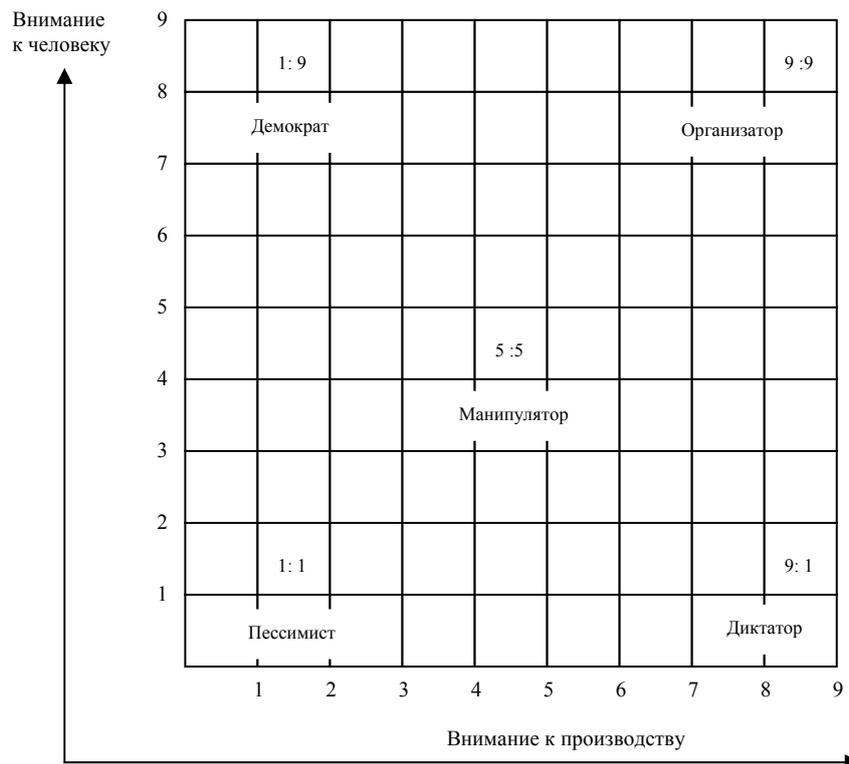


Рисунок 3. «Решетка» менеджмента (данные работы [6; 44])

Каковы же характеристики этих типов менеджеров?

Менеджер-диктатор (код 9:1) — в основном ориентирован на производство и уделяет минимум внимания конкретным людям. Это жесткий курс администратора, для которого результат — все, а человек — исполнитель. Работа в таких условиях никому не приносит удовлетворения. Диктатор — плохой управляющий.

Менеджер-демократ (код 1:9) — прямо противоположный диктатору. Во главу угла здесь ставится принцип «быть всегда самим собой». Дела у такого менеджера идут как бы сами собой. Обычно здесь превалируют действия с демократическим перекосом. Польза от этого не очень большая.

Менеджера-манипулятора (код 5:5 — центр решетки) удовлетворяют средние достижения. Его девиз: «Не хватать звезд с неба». Главная тактическая линия — компромисс. Здесь проявляется склонность менеджера к манипулированию людьми.

Менеджер-пессимист (код 1:1) руководствуется девизом: «Не вмешивайся в естественный ход событий». Польза от таких людей очень малая.

Менеджер-организатор (код 9:9) — самый продуктивный тип менеджера, учитывающий нужды производства, а также потребности и интересы людей. Важнейшей характеристикой данного типа является устремленность к инновациям и нацеленность на постоянное развитие организации. Предприятия, где действуют менеджеры-организаторы, обычно процветают. Ведущие фирмы развитых стран прилагают большие усилия, чтобы найти таких менеджеров.

Лидерство в менеджменте

Безусловно, важную роль в предпринимательском управлении играет лидер. Руководитель-предприниматель ведет организацию благодаря своей активной позиции. Он может эффективно управлять, либо концентрируя власть в своих руках, либо используя врожденное умение вести за собой, личное обаяние, харизму.

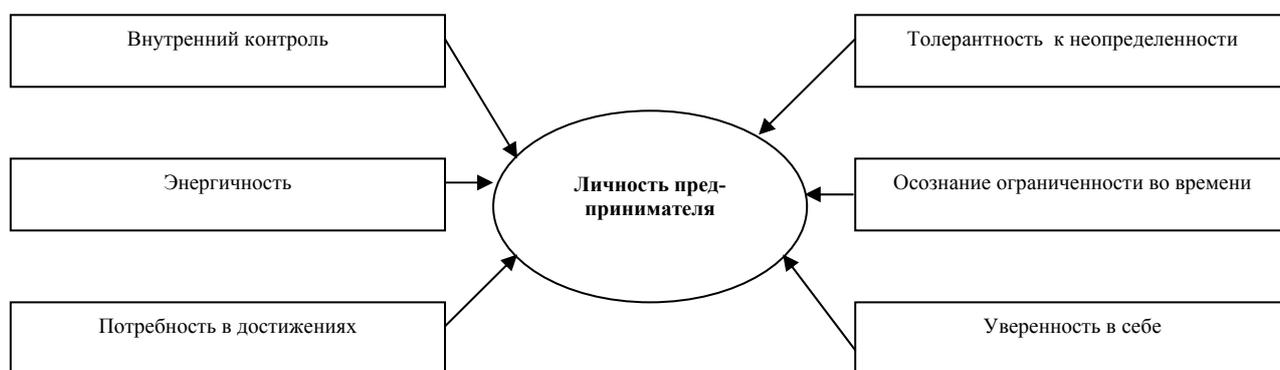


Рисунок 4. Характерные черты предпринимателей (данные работы [10; 221])

Значит, важно иметь в виду, что не каждому предпринимателю-менеджеру дано стать лидером. Таковым может стать человек, обладающий определенными качествами. В этой связи исследованию личностных характеристик предпринимателей-менеджеров было посвящено немало научных работ. В некоторых из них делается вывод о том, что предприниматели, в отличие от добившихся успеха менеджеров крупных компаний, стремятся получить от жизни нечто иное. Приоритетными для них являются свобода и возможность полностью раскрыть свой потенциал. Всего было идентифицировано около 40 присущих предпринимателям черт, из которых особое значение имеют шесть представленных на рисунке 4 характеристик.

1. Внутренний (локус) контроль. Для того чтобы самостоятельно организовать новое предприятие, у человека должна быть уверенность, что он сможет сделать все так, как захочет. У предпринимателя есть не только мечта. Он умеет так распланировать свою жизнь, чтобы осуществить свои планы; он уверен, что у него это получится. Данную способность называют внутренним локусом (траекторией) контроля, под которым понимается убежденность человека в том, что будущее находится в его руках и что внешние силы не могут серьезно повлиять на его планы. С точки зрения предпринимателя, каждый индивид сам вершит свою судьбу.

2. Энергичность. Создание нового предприятия требует очень больших усилий. Большинство предпринимателей признают, что им приходилось бороться и терпеть лишения, но, несмотря на стрессы и другие препятствия, они продолжают работать. Опрос владельцев частного бизнеса показал, что каждый второй собственник занимается делами фирмы по 60 часов в неделю и более. Остальные отмечали, что им тоже приходилось трудиться сутки напролет, однако работа свыше 70 часов в неделю уже не приносила ощутимых результатов [10; 221].

3. Потребность в достижениях. Каждый предприниматель, как правило, испытывает потребность в достижениях, т.е. человек стремится добиться выдающихся результатов в своей деятельности и настойчиво ищет ситуации, в которых вероятность достижения успеха наиболее высока. Люди с развитой потребностью в достижениях, как правило, определяют для себя умеренно трудные личные задачи. Цели, которых легко достичь, не представляют для них интереса, равно как и слишком сложные, практически недостижимые. Еще больший интерес представляют цели промежуточные, достижение которых приносит человеку значительное удовлетворение. Как правило, цель, которую ставит перед собой стремящийся к достижениям индивид, ассоциируется у него или у окружающих с успехом в той или иной области.

4. Уверенность в себе. Тот, кто создает новое предприятие, обязан действовать решительно. Предприниматель должен быть уверен в том, что он справится с повседневными задачами, связанными с ведением бизнеса, в своей способности завоевать покупателей, в умении находить ответы на технические вопросы, в том, что он сможет развивать свой бизнес. Кроме того, предприниматели убеждены в том, что они справятся с возможными непредвиденными проблемами.

5. Осознание ограниченности во времени. Как правило, предприниматели нетерпеливы. Они всегда куда-то спешат, у них все «срочно». Они работают так, как будто завтра уже не наступит. Все должно делаться немедленно, без проволочек. Предприниматели «живут моментом».

6. Толерантность к неопределенности. Многие люди стремятся работать в условиях четких структур, конкретных указаний и полной информации. Предприниматели, напротив, весьма толерантны к неопределенности (психологическая характеристика, позволяющая человеку не обращать внимания на хаос и неизвестность). Данная индивидуальная черта личности имеет большое значение, потому что имеет такую же высокую степень неопределенности, как начало собственного бизнеса, когда приходится делать выбор из большого числа взаимоисключающих вариантов; отличается ограниченным кругом ситуаций.

Перед менеджером всегда стоит дилемма: «Что важнее — дело или люди?» Предпочтение надо отдавать людям. Будет внимание к людям, будет и успех в деле. В этом и состоит подлинная сущность лидерства.

Список литературы

- 1 Арустамов Э.А. Основы бизнеса: Учебник. — М.: Издат.-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 232 с.
- 2 Мазоль С.И. Экономика малого бизнеса: Учеб. пособие. — Минск: Книжный дом, 2004. — 272 с.
- 3 Основы менеджмента: Учеб. пособие. — М.: Издат. дом «Дашков и К°», 2000. — 176 с.
- 4 Казанцев А.К., Крупанин А.А. Менеджмент в предпринимательстве. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 230 с.
- 5 Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 320 с.
- 6 Грибов В.Д. Менеджмент в малом бизнесе: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 128 с.
- 7 Предпринимательство в Республике Казахстан: Сборник нормативных актов. — Алматы: ЮРИСТ, 2009. — 204 с.
- 8 Жизнин С.З., Крупнов В.И. Как организовать свое дело? (Малый бизнес в США). — М.: Изд-во «Новости», 1990. — 80 с.
- 9 Послание Президента Республики Казахстан — Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан — 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // Казахстанская правда. — 2012. — 15 дек. — С. 1–8.
- 10 Дафт Р. Менеджмент: Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2008. — 864 с.

Р.С.Каренов

Кәсіпкерліктегі заманауи менеджменттің негізгі функцияларын жүзеге асыру тәсілдері және құралдары

Бизнестің заманауи жүйесінің ерекшеліктері баяндалған. Оның негізгі элементі болып табылатын кәсіпкерлік қызметтің айрықша белгілері бөлініп көрсетілген. Менеджер-кәсіпкердің практикалық қызметінің құрылуына және сәтті атқарылуына қажет нақты іс-шаралар ашылып баяндалған. Кәсіпкерлік қызметті басқару тәсілдері және құралдары бейнеленген. Шағын бизнестегі менеджментке өндіріс көлемінің шағын болуымен, ұйымдық құрылымның жетілгендігімен, басқару еңбегі бөлінісінің болмауымен байланысты едәуір ерекшеліктер тән екендігі айтылған. Басқару сипатын бес ерекше типке бөліп қарастыруға мүмкіндік беретін менеджмент «торы» талданған. Кәсіпкерлік басқарудағы көшбасшылық мәселесіне көңіл бөлінген.

R.S.Karenov

Methods and instruments of implementation of the main functions of modern management in business

Features of modern system of business are stated. Distinctive features of business activity which is a basic element of business are marked out. Specific actions for creation and successful practical activities of the manager-businessman reveal. Methods and instruments of management are described by business activity. It is noted that management in small business has the essential features connected with small scale of production, backwardness of organizational structure, lack of division of administrative work. Management «lattice» which gives the chance to allocate five characteristic types of administrative behavior is analyzed. The attention to a leadership question in enterprise management is paid.

УДК 338.2(075.8)

Т.Б.Казбеков

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Роль и функции административного менеджмента на предприятии

В статье описана сущность административных методов управления. Указано, что с развитием менеджмента в его типологию включается административный менеджмент как тип организации и стиль управления. Приведена схема, показывающая основную роль административного менеджмента на предприятии. Выделена роль планирования в его системе, проанализированы и другие функции. Установлено, что для изучения функций административного менеджмента оптимальным представляется применение способа классификации функций управления в зависимости от времени их действия.

Ключевые слова: административная наука, менеджмент, деловое администрирование, роль, планирование, функция, мотивация, регулирование, контроль, операционная система.

Сущность административных методов управления

Административная наука — одна из отраслей в науке об управлении. Она имеет свое правовое обеспечение в лице административного права. Предмет административного права составляют общественные отношения, складывающиеся и развивающиеся в сфере государственного управления. Нормы административного права регулируют правовое положение негосударственных организаций, частных предприятий, общественных организаций, менеджеров и граждан в их взаимоотношениях с государством. Объектом регулирующего воздействия административных норм является сфера исполнительно-распорядительной, управленческой деятельности. Административные нормы содержат правила поведения сторон управленческих отношений, устанавливают их взаимные права и обязанности.

Эти правила поведения носят характер обязательных предписаний, велений и могут быть выражены различно.

Административная наука разрабатывает административно-управленческие методы — способы непосредственного (прямого), оперативного воздействия на управляемый объект в целях обеспечения однозначного поведения и действия исполнителей в данной ситуации, в достижении соответствующего результата. Административные методы управления основаны на авторитете власти, полномочиях, праве руководителя, субъекта управления отдавать распоряжения, на принципе обязательного и точного выполнения подчиненными, исполнителями. Деятельность по руководству посредством административных методов управления называется администрированием. Необходимость администрирования объективно обеспечивается практикой административных распоряжений, которые издаются исполнительными органами. В отрицательном смысле администрирование — формально-бюрократическое управление посредством приказов и команд вместо конкретного руководства на основе изучения действительного положения дел.

Административная наука изучает также деятельность администрации — органов управления, осуществляющих на основе предоставленных им прав исполнительно-распорядительные функции по поддержанию определенного порядка, организации деятельности на предприятиях и учреждениях, в рамках отдельных регионов, территориальных образований и страны в целом (Администрация Президента страны).

С развитием менеджмента в его типологию включается административный менеджмент как тип организации и стиль управления.

Ему присущи административно-управленческие методы. Разновидностью административного менеджмента является рациональная бюрократия. Она определяется как тип организации, для которой характерно специализированное распределение труда, четкая управленческая иерархия, правила и стандарты, показатели оценки работы, принципы найма, основывающиеся на концепции работника [1; 14].

В последние годы административный менеджмент подразделяют на государственный менеджмент и деловой менеджмент, развивающийся на предприятиях [2–5].

Государственный менеджмент функционирует в сфере государственного управления. В сфере бизнеса употребляется понятие «деловое администрирование».

Роль административного менеджмента в организации

Самой очевидной и обязательной составляющей административного менеджмента является оперативно-регулирующее сопровождение функционирования организации. Оно осуществляется непрерывно на протяжении всей жизни организации и представляет собой непосредственное руководство деятельностью подчиненных. Основываясь на механизмах диспетчеризации и регулирования, такое сопровождение становится наиболее явным представлением содержания администрирования во многом именно потому, что реализуется в тесном взаимодействии с тремя приведенными выше компонентами. В целом этим комплексом можно достаточно полно отразить основную роль административного менеджмента в организации, которая схематически представляется следующим образом (рис. 1).

Выявленная в ходе проведенного анализа и структурированная на рисунке роль административного менеджмента в организации позволяет достаточно четко обосновать, выделить и представить его позиционирование в системе современных знаний.

Оно определяется не только специализацией отдельных учебных предметов, составляющих направления менеджмента, но и конструктивным взаимодействием с комплексом научных знаний и учебных дисциплин, ставящих и решающих корреспондирующие задачи. Так, наряду с «Общим менеджментом» необходимой основой выделения и становления «Административного менеджмента» являются «Организационное поведение», дисциплины прикладной информатики и многие другие области знаний. Первая определяет сущность и содержание социальной системы организации в качестве основного объекта дисциплин менеджмента, а другие — комплекс средств и форм его отражения, изучения и представления.

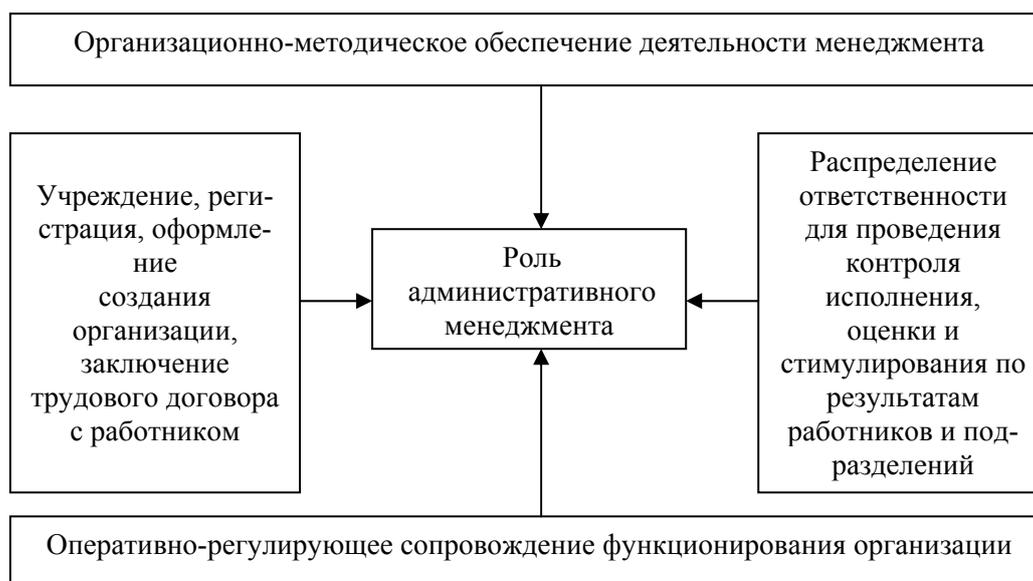


Рисунок 1. Роль административного менеджмента в организации (данные работы [6; 90])

Планирование в системе административного менеджмента

Особое место в системе функций административного менеджмента занимает планирование. В наиболее общем виде планирование можно охарактеризовать как процесс, включающий в себя разработку основных направлений деятельности и развития организации, определение потребностей в ресурсах и средствах, необходимых для реализации указанных направлений, а также выбор методов и способов осуществления намеченных мероприятий.

В основе системы планирования лежит концепция целевого подхода. С точки зрения указанного подхода управление рассматривается как система, ориентированная на достижение определенных целей. Именно цели, стоящие перед системой управления, являются отправной точкой планирования. Не случайно планирование иногда определяют как разработку целей и задач фирмы, нашедших конкретное выражение в текущих и перспективных планах [7–9].

Доведение целей до каждого уровня управления и их комплексная оценка требуют построения дерева целей.

Дерево целей представляет собой структурное отображение распределения целей по уровням управления рассматриваемой организации в их взаимосвязи (см. рис. 2).

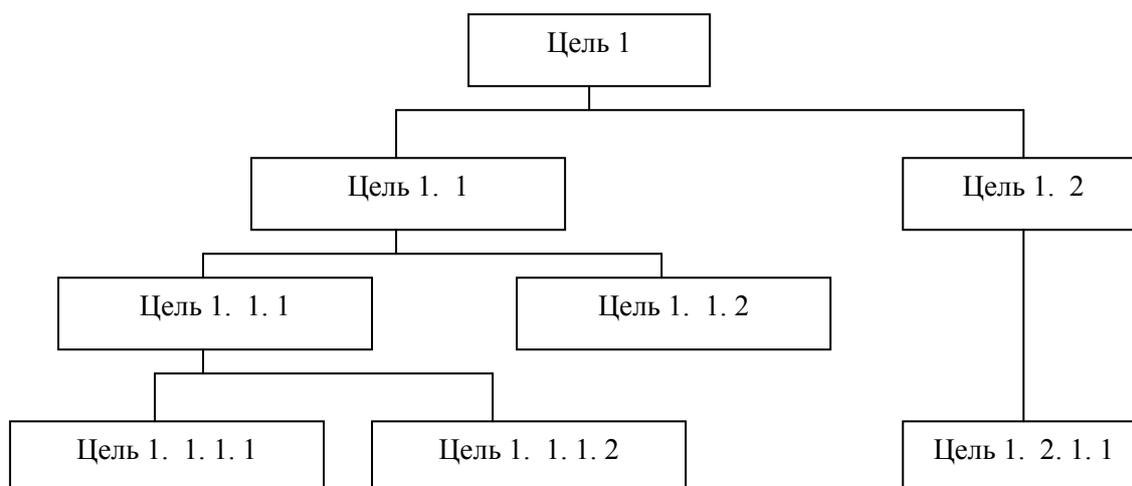


Рисунок 2. Дерево целей

Так как административный менеджмент в основном ориентирован на управление жестко регламентированными процессами, происходящими в крупных негосударственных организациях и в органах государственной власти, то можно с полной уверенностью утверждать, что составление дерева целей является неотъемлемым первоначальным этапом административного планирования.

Вторым этапом планирования в системе административного менеджмента является постановка задач. Процесс постановки задач представляет собой формулирование в письменной, устной или иной форме ожидаемых результатов деятельности конкретных структурных подразделений или отдельных работников организации.

К содержанию конкретных управленческих задач обычно предъявляются следующие требования [10; 90]:

- соответствие целям функционирования организации;
- простота формулировки и изложения;
- согласование с нижестоящими руководителями и исполнителями;
- закрепление в письменной форме;
- реализм, т.е. задача должна быть реально достижимой. Сформулированные задачи должны быть поставлены в порядке их приоритетности. В этом плане выделяют задачи высшего, среднего и низшего приоритета. К задачам высшего приоритета относятся задачи, которые необходимо решить любой ценой. В число задач среднего приоритета входят задачи, которые должны быть решены. Задачами низшего приоритета считаются те, которые хорошо было бы решить.

Административно-организационная функция менеджмента

Как функция управления, организация представляет собой вид управленческой деятельности, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, сформулированных на этапе планирования.

В процессе организации разрабатывается система мер, регламентирующая деятельность аппарата управления, направленную на достижение целей функционирования. К таким мерам относятся:

- построение рациональной системы организации;
- формирование оптимальной структуры организации;
- обеспечение организации всеми необходимыми ресурсами (финансовыми, человеческими, материальными, энергетическими и др.).

Разработка и построение рациональной системы организации предполагает определение числа, состава, а также количественных и качественных характеристик входящих в нее элементов. Основными элементами хозяйственной организации являются имеющиеся в ее составе структурные подразделения, каждое из которых выполняет свою четко определенную функцию. Поэтому в основе построения рациональной системы организации лежит принцип функционального разделения труда.

В рамках формирования оптимальной структуры управления организацией осуществляется распределение ее основных элементов по уровням управления, а также разрабатывается сеть горизонтальных и вертикальных информационных взаимосвязей, соединяющих указанные элементы.

Наряду с формированием системы и структуры организации важную роль в процессе осуществления административно-организационной функции играет обеспечение организации необходимыми ресурсами. Основной целью указанного процесса является обеспечение бесперебойного функционирования предприятия.

Мотивация как функция административного менеджмента

Термин «мотивация» происходит от французского «мотив», что в переводе означает: «побудительная причина», «повод к тому или иному действию». Мотивы бывают внутренними, порожденными определенным отношением человека к своей деятельности, и внешними, связанными с воздействием на него определенных факторов, существующих независимо от него и приводящихся в действие другими людьми и обстоятельствами. Внешние мотивы называются стимулами («стимул» — заостренная палка, которой в древности погоняли животных). Стимулы могут быть материальными или нематериальными.

Самым распространенным материальным стимулом является заработная плата. В дополнение к заработной плате может устанавливаться вознаграждение работникам предприятий и организаций по итогам годовой работы из фонда, образуемого за счет прибыли, полученной предприятием, орга-

низацией. Размер вознаграждения определяется с учетом результатов труда работника и продолжительности его непрерывного стажа работы на предприятии, в организации.

Нематериальные стимулы могут быть выражены в форме поощрения (вознаграждения) и иногда наказания. Они не могут воздействовать на текущее поведение, но задают его будущую линию, и люди прекрасно знают, что их ждет, если они будут относиться к выполнению своих обязанностей надлежащим или ненадлежащим образом.

Особо следует сказать об отрицательном стимулировании — подкреплении или наказании. Конечно, его нужно стремиться всячески избегать, например, своевременно отстраняя человека от работы, если его деятельность создает явную опасность для других людей, его самого, игнорировать нежелательное поведение, отвлекать от него, давать поручения, связанные с достижением позитивных результатов. И если все эти меры не приводят к желаемым результатам — наказывать.

Для того, чтобы от наказания был эффект, оно не должно рассматриваться как месть, должно осуществляться в соответствии с объективными критериями, не влиять на обычные взаимоотношения, исключать в будущем дополнительные негативные последствия (например, напоминание).

И материальные, и нематериальные стимулы должны применяться в комплексе, на основе рационального сочетания. Только так можно добиться наибольшей эффективности труда работников организации.

Потребность в регулировании как объективный фактор

Регулирование как явление присуще любой коллективной человеческой деятельности. Оно возникает вместе с производственной кооперацией и прогрессирует по мере углубления функционального разделения труда.

Потребность в регулировании является объективным фактором, так как не зависит от характера осуществляемой деятельности и специфики межличностных взаимоотношений. В зависимости от двух названных выше факторов могут изменяться лишь формы и методы регулирования, а потребность в его осуществлении присутствует всегда.

Основной задачей процесса регулирования является устранение отклонений от заданного режима функционирования организации.

В системе осуществления функции регулирования можно выделить две постоянно взаимодействующие подсистемы, а именно:

- систему саморегулирования;
- систему сознательного, целенаправленного регулирования.

Если действие первой подсистемы основано на инициативе работников организации, то вторая представляет собой следствие выражения воли руководителей. Основной отличительной особенностью указанных систем является то, что саморегулирование может затрагивать лишь процесс выполнения планового задания, в то время как целенаправленное, сознательное регулирование может включать в себя внесение корректив и в само плановое задание, и в ход его выполнения.

Требования, предъявляемые ко всем системам контроля

В процессе эволюционного развития системы организационного контроля сформировалось и прочно вошло в теорию и практику современного менеджмента такое новое направление контрольной деятельности, как контроллинг [11–13].

В системе контроллинга современной организации можно выделить два основных направления: административный контроль и исполнительный контроль.

Исполнительный контроль предполагает осуществление всех видов деятельности по оценке текущего состояния и эффективности функционирования управляемой системы организации.

Под административным контролем в наиболее общем виде следует понимать управленческую напоминания исполнителям о приближающемся сроке исполнения, информирует руководителя о деятельности, направленную на определение текущего состояния управляющей подсистемы системы управления организацией и происходящих в ней процессов, с целью выявления возможных отклонений от заданного режима функционирования.

Как правило, контроль в системе управления предполагает достаточную, но не избыточную, оперативную и надежную информацию о ходе реализации решения. Компьютерная система выдает срыве этих сроков, принимает оценку качества проделанной работы, и в конце года выдает расшифровку по каждому сотруднику. При анализе системы управления предприятием важно выяснить: ско-

рость прохождения информации (например, выписки счетов в бухгалтерии); долю поступающей руководителю информации, которая действительно используется: удельный вес решений, которые выполняются, в т.ч. в установленные сроки, а также перспективных (стратегических) решений; процент повторяющихся управленческих ошибок. Общая структура операционной системы представлена на рисунке 3.

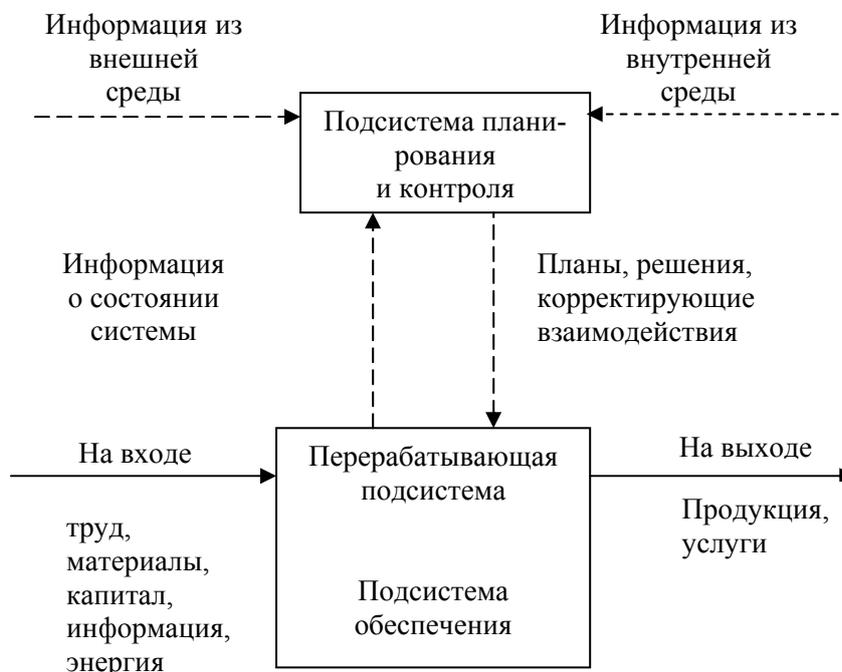


Рисунок 3. Операционная система (данные работы [14; 73])

Система контроля предусматривает меры, принимаемые при отклонении от заданных параметров управления. Обычно ко всем системам контроля, независимо от их вида, предъявляются определенные требования, соблюдение которых является неотъемлемым условием эффективности их функционирования. Система контроля должна:

- 1) соответствовать целям, задачам и планам организации;
- 2) быть понята и принята руководителями всех уровней управления организации;
- 3) быть экономична, т.е. обеспечивать максимальную эффективность контрольных мероприятий при минимальных затратах;
- 4) обеспечивать своевременное его осуществление;
- 5) быть гибкой, т.е. обладать способностью быстро приспосабливаться к изменениям во внешней и внутренней среде организации.

В заключение важно отметить, что для изучения функций административного менеджмента наиболее оптимальным представляется применение способа классификации функций управления в зависимости от времени их действия. С этой точки зрения все функции управления можно разделить на две группы. К первой группе относятся последовательные функции, которые осуществляются дискретно (т.е. повторяются через определенные промежутки времени), последовательно сменяя друг друга. Вторую группу образуют непрерывные функции, выполнение которых осуществляется постоянно в течение всего периода управления предприятием.

Последовательные и непрерывные функции менеджмента неразрывным образом связаны между собой и в своей совокупности образуют содержание управленческой деятельности, дифференцированной по различным признакам. Например, чтобы выполнить одну из последовательных функций, необходимо осуществить весь комплекс непрерывных функций в части, касающейся этой последовательной функции. Аналогичным образом обстоит дело и с непрерывными функциями управления.

Для того чтобы реализовать одну из них, необходимо выполнить все последовательные функции, но только в части, касающейся этой непрерывной функции.

Список литературы

- 1 Словарь-справочник менеджера / Под ред. М.Г.Лапусты. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 608 с.
- 2 Глазунов Н.И. Система государственного управления: Учебник. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 551 с.
- 3 Чиркин В.Е. Государственное управление. Элементарный курс. — М.: Юристъ, 2003. — 320 с.
- 4 Мельничук А.П. Деловое администрирование. — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1998. — 328 с.
- 5 Искусство администрирования: Практическое пособие: Пер. с англ. / Под ред. Дебры Оллок. — М.: Изд-во «Фин-пресс», 1998. — 176 с.
- 6 Райченко А.В. Административный менеджмент: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 416 с.
- 7 Горемыкин В.А., Бугулов Э.Р., Богомолов А.Ю. Планирование на предприятии: Учебник. — М.: Информ.-издат. дом «Филинь», 1999. — 328 с.
- 8 Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 248 с.
- 9 Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. Метод. пособие. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 334 с.
- 10 Фомичев А.Н. Административный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Издат.-торг. корпорация «Дашков и К⁰», 2003. — 228 с.
- 11 Ананькина Е.А., Данилошкин С.В., Данилошкина Н.Г. и др. Контроллинг как инструмент управления предприятием. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. — 279 с.
- 12 Карминский А.М., Оленев Н.И., Примак А.Г., Фалько С.Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 256 с.
- 13 Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование: Пер. с нем. — М.: Альпина, Бизнес Букс, 2006. — 269 с.
- 14 Бляхман Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во В.А.Михайлова, 2000. — 380 с.

Т.Б.Қазбеков

Кәсіпорындағы әкімшілік менеджменттің рөлі және қызметтері

Басқарудың әкімшілік тәсілдерінің мәні ашылған. Менеджменттің дамуына қарай оның типологиясына өндіріс типі және басқару стилі ретіндегі әкімшілік менеджмент енетіндігі көрсетілген. Логистикалық менеджменттің пайда болу тарихы, маңызы және орны қарастырылған. Оның тұжырымдамалық және ұғымдық терминологиялық негіздері баяндалған. Логистикалық менеджмент жүйесіндегі негізгі және қамтамасыз етуші кіші жүйелері талданған. Экономикалық қызметті ұйымдастыру мен басқаруға логистикалық тұрғыдан қараудың негізінде жатқан өзекті идея интеграция болып табылатындығы дәлелденген. Сондай-ақ менеджменттегі логистикалық жүйелердің түрлері зерттеліп, кәсіпорындардағы логистикалық қызметтің ұйымдық құрылымдарының даму эволюциясы ашылып көрсетілген.

T.B.Kazbekov

The role and functions of administrative management the company

The essence of administrative methods of management is described. It is specified that with management development its typology joins administrative management as type of the organization and management style. The scheme reflecting the main role of administrative management in the enterprise is provided. The planning role in system of administrative management is shown. Other functions of administrative management are analyzed also. The conclusion that for studying of functions of administrative management optimum application of a way of classification of functions of management depending on time of their action is represented is drawn.

Б.Г.Нурпеисов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Роль и значение антикризисного менеджмента как разновидности управления деятельностью предприятия

Раскрыта сущность антикризисного менеджмента как нового понятия для экономики Казахстана. Отмечено, что у отечественных предприятий возникла потребность в практическом применении антикризисного управления. Доказано, что важным направлением антикризисного менеджмента является реструктуризация предприятий и компаний. Рассмотрены этапы и принципиальная схема реструктуризации предприятий. Уделено внимание тактическим вариантам антикризисного менеджмента. Сделан вывод о том, что крайним выражением кризисной ситуации является банкротство компании. Выделена иерархия целей системы банкротства предприятий.

Ключевые слова: антикризисный менеджмент, конкуренция, элементы, реструктуризация, этапы, тактические варианты, банкротство, мероприятия.

Антикризисное управление предприятием (антикризисный менеджмент) — новое понятие для экономики Казахстана. В отличие от антикризисного регулирования это микроэкономическая категория, отражающая производственные отношения на уровне предприятия. Появление антикризисного управления продиктовано необходимостью финансового оздоровления многочисленных предприятий, функционирующих в состоянии хронической неплатежеспособности. Исходя из потребности сформировался упрощенный смысл этого понятия, т.е. под ним понимают либо управление деятельностью предприятия, впавшего в состояние кризиса, либо управление, нацеленное на вывод предприятия из этого состояния. Но в обоих случаях нужда в нем возникает после свершившегося факта банкротства.

По мнению автора учебного пособия [1; 125], антикризисное управление (антикризисный менеджмент) — это применение к предприятию экономически и социально оправданных профилактических и оздоровительных процедур, направленных на повышение его конкурентоспособности.

В Законе Республики Казахстан (РК) «О конкуренции» отмечается: «Конкуренция — состязательность субъектов рынка, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [2; 4].

Зарубежная практика показывает, что объединяя все виды управления и влияя на их объекты, антикризисный менеджмент вносит некий революционный динамизм, скачкообразную подвижность во все элементы системы управления предприятием в целом, побуждая ее совершенствоваться. Отсюда в развитых странах мира ему уделяется серьезное внимание. С переходом к рыночным отношениям потребность в его практическом применении возникла и у отечественных предприятий, пребывающих в состоянии хронической неплатежеспособности. Однако между потребностью и ее удовлетворением возникла пропасть. Это связано с наличием смежных неразрешенных проблем. Общими для всех предприятий являются следующие:

- недоверие к формальным методам и методике антикризисного менеджмента, основанное на мнении, что бизнес — это умение «крутиться», ориентироваться в текущей обстановке;
- высокая подвижность внешней среды, вызванная колебаниями конъюнктуры и социально-политическими коллизиями, и, как следствие, — неуверенность в будущем;
- недостаток высококвалифицированных руководителей, незнание и неумение существующих руководителей грамотно управлять деятельностью предприятия, так как их предшествующий опыт основывался на централизованном управлении;
- слабое техническое, несовершенное методическое и недостаточное информационное обеспечение антикризисного менеджмента;
- необходимость дополнительных затрат на проведение специальных исследований, на диагностирование, прогнозирование и планирование, оплату труда специалистов, а также дополнительных затрат времени;

– чрезмерно высокая степень неопределенности отечественного рынка.

Между тем как составная часть управления деятельностью предприятия антикризисный менеджмент в целом представляет собой систему элементов, схожих по содержанию с элементами системы управления предприятия в целом. В состав этих элементов входят следующие подсистемы:

а) целевая — совокупность стратегических и тактических целей функционирования предприятия, достижение которых обеспечивается выпуском конкурентоспособной продукции; ее компоненты: повышение качества продукции, ресурсосбережение, расширение рынка сбыта товара, организационно-техническое развитие производства, социальное развитие коллектива, охрана окружающей среды;

б) функциональная — разработка, организация и осуществление управленческого процесса; ее компоненты: маркетинг, прогнозирование, планирование, принятие управленческого решения, организация его выполнения, учет результатов, контроль хода выполнения, мотивация и регулирование выполнения решений;

в) обеспечивающая — состав, уровень качества и организация обеспечения системы управления всем необходимым для ее нормального функционирования; ее компоненты: методическое, ресурсное, техническое, кадровое, информационное и правовое обеспечение;

г) внешняя среда — факторы макро- и микросреды предприятия, инфраструктура региона, влияющие на содержание и качество управленческого решения;

д) управляющая — совокупность требований к качеству управленческого решения и организация процесса управления персоналом по достижению целей и задач системы; ее компоненты: управление персоналом, социология и психология менеджмента, технология разработки и реализации управленческого решения, анализ и прогнозирование в принятии решений;

е) обратная связь — различная информация, поступающая от исполнителей и потребителей к источнику принятия решения [3; 114].

Главная цель антикризисного управления — выведение корпорации из создавшейся ситуации. Основное направление в процессе этого выведения — максимизация стоимости бизнеса компании. Само увеличение стоимости бизнеса возможно за счет трех групп факторов: производственных, инвестиционных и финансовых.

В рамках производственных факторов следует принять решения о номенклатуре и качестве производимой продукции и рациональности текущих затрат, о рынках сбыта и ценообразовании, системе сбыта и послепродажном сервисе.

В сфере инвестиционных факторов риск-менеджерам следует решать вопросы управления вложениями в основные и оборотные средства, оптимизации уровня и структуры собственного оборотного капитала (в частности, размеров запасов, дебиторской и кредиторской задолженности).

К финансовым факторам в данном случае относятся стоимость собственного капитала, его структура, сумма долгов, дивидендная политика компании, степень делового риска.

Другим направлением антикризисного менеджмента является реструктуризация компаний, предусматривающая принципиальные изменения в характере производства, структуре собственности и капитала. Главная цель реструктуризации компании, находящейся в кризисной ситуации, — это максимально возможное удовлетворение требований кредиторов. Интересы собственников (акционеров) в этом случае отодвигаются на второй план. В менее драматичной для компании ситуации используют стратегию реструктуризации, с удовлетворением интересов как кредиторов, так и минимальных требований собственников [4–6].

Этапы реструктуризации предприятия представлены в таблице. Принципиальная схема реструктуризации предприятий (организаций) приведена на рисунке 1.

Использование реструктуризации компаний как способа выхода из кризисной ситуации можно отнести к так называемой защитной (или пассивной) тактике, так как основные усилия здесь направляются на сокращение всех расходов компании, а значит, и производства в целом. Такая тактика применяется обычно в очень «запущенных» случаях. Ясно, что массовое применение защитной тактики приведет только к еще более масштабному кризису.

Более эффективной является наступательная тактика, основанная не столько на оперативных, сколько на стратегических решениях (рис. 2).



Рисунок 1. Принципиальная схема реструктуризации предприятий

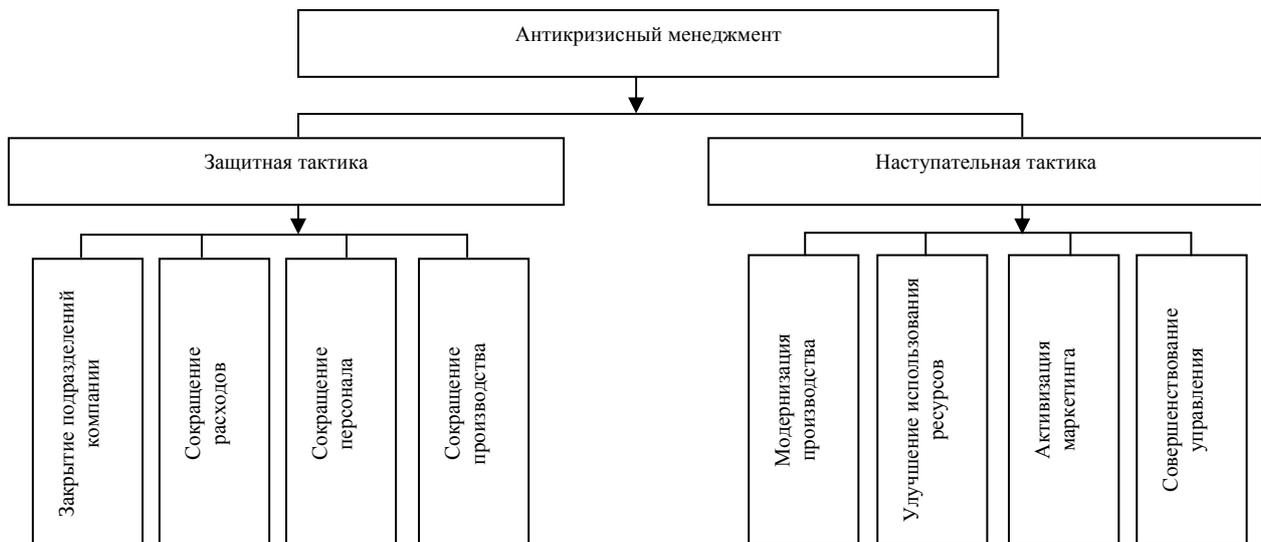


Рисунок 2. Тактические варианты антикризисного менеджмента

Этапы реструктуризации

Этап	Содержание
Полная диагностика	Финансовое состояние Состояние активов Загрузка ресурсов (технологические ресурсы, персонал, производственные мощности) Структура издержек
Разработка концепции реструктуризации	Анализ: миссии; организационной культуры; организационной структуры; бизнес-процессов; положения на рынке; стратегий развития
Разработка программы (проекта) реструктуризации	Бизнес-план Планы действия по направлениям Описание новых и реинжиниринг имеющихся функций и бизнес-процессов Стратегии
Реализация программы реструктуризации	Детализация планов Информирование персонала Обучение персонала Реформирование организационной структуры Внедрение новых функций и бизнес-процессов Финансовая и производственная реструктуризация Контроль сроков

Крайним выражением кризисной ситуации является банкротство компании. Под банкротством (несостоятельностью) предприятия понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров, обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды в связи с превышением обязательств над стоимостью имущества или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника.

Успехи и неудачи деятельности предприятия являются результатом взаимодействия целого ряда факторов: внешних, на которые предприятие не может влиять вообще или может оказывать лишь слабое влияние, и внутренних, зависящих от организации работы самого предприятия [7; 547].

К числу внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия, обычно относятся: размер и структура потребностей; уровень доходов и накоплений населения, а следовательно, и его покупательная способность (сюда же могут быть отнесены уровень цен и возможность получения потребительского кредита); политическая стабильность и направленность внутренней политики; развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособности; уровень культуры, проявляющийся в привычках и нормах потребления, предпочтении одних товаров и отрицательном отношении к другим.

Одним из наиболее сильных внешних факторов банкротства являются так называемые технологические разрывы. Для каждой производственной (технологической) системы существуют определенные пределы роста объемов деятельности — те же самые процессы, которые сформировали систему, на поздних этапах развития становятся ее ограничителями. Дальнейшее развитие требует скачка в базовых характеристиках системы. В экономической литературе эти моменты называются переломными точками, технологическими разрывами. Переход от электронных ламп к полупроводникам, от грампластинок — к магнитной ленте и т.д. является примером технологических разрывов. В результате хозяйственное (технологическое) развитие приобретает форму последовательных S-образных кривых с разрывами между концом одной и началом другой. Перемены готовятся подспудно, незаметно для большинства, но происходят лавинообразно. В результате предприятие, имеющее престиж лидера, почти сразу оказывается безнадежно отставшим. По оценкам специалистов, при технологических разрывах семь из десяти лидеров становятся отстающими. Для основной массы предприятий значение имеют не только крупные научно-технические сдвиги, но и мелкие оригинальные

изменения, которые подрывают их преимущества в данной сфере деятельности. Идея проката детских пеленок, например, нанесла ущерб экономике предприятий, ориентированных на их продажу, а последующее изобретение одноразовых пеленок отразилось на деятельности фирм, производящих текстильные изделия.

К внешним причинам банкротства следует также отнести усиление международной конкуренции. Зарубежные предприятия в одних случаях выигрывают за счет более дешевого труда, а в других — за счет более совершенных технологий.

Внешним фактором, способным привести к банкротству предприятия, является общий экономический спад. Нередко на стадии циклического подъема осторожность покидает даже банковские структуры, которые начинают увеличивать сверх меры кредиты предприятиям. Предприятия, в которые они вкладывают средства, выглядят устойчивыми и сильными. Но их крах наступает почти мгновенно из-за резкого спада рентабельности, который является результатом столь же резкого изменения цен на товары.

В реальном хозяйственном процессе к банкротству предприятия могут приводить различные факторы, усиливающие или ослабляющие взаимное воздействие. Тем не менее, если удастся условно выделить преобладающий фактор, то банкротство предприятия обычно подразделяется на:

– банкротство, связанное с неэффективным управлением предприятием, непродуманной маркетинговой стратегией и т.д.;

– банкротство, вызванное недостатком инвестиционных ресурсов для осуществления расширенного воспроизводства пользующейся спросом продукции;

– банкротство, обусловленное производством неконкурентоспособной продукции.

Иерархия целей системы банкротства определена следующим образом [8; 514]:

1) структурная перестройка экономики, отрасли, предприятия в соответствии с потребностями рынка и общества;

2) предотвращение банкротства действующего предприятия (конкретного бизнеса);

3) санация и оздоровление предприятия, выживание конкретного бизнеса;

4) ликвидация предприятия как субъекта хозяйствования.

Как показывает мировая практика, для реализации этих целей и основных принципов система банкротства должна решать следующие задачи:

1) установление единой стабильной и надежной системы для всех субъектов хозяйствования коммерческих взаимоотношений, прав, обязанностей в ситуации несостоятельности или банкротства предприятия;

2) предоставление возможности честным должникам возобновить свою деятельность;

2) введение системы безопасных мер для кредиторов при банкротстве должника и экономическом спаде;

3) создание механизма регулирования финансовой деятельности честно выполняющих свои обязательства должников в целях возможности оздоровления их фирм без сворачивания бизнеса;

4) создание коммерческой и правовой систем для поощрения работы честных и надежных партнеров и формирование приемлемой процедуры разрешения финансовых споров;

5) ограждение правовой и административной структур от возможностей ускорения процесса развала предприятия и насаждения споров и тяжб;

6) сохранение в тех случаях, где это возможно и экономически целесообразно, перспективных предприятий, имеющих финансовые трудности;

7) создание таких механизмов, которые будут представлять и надежно защищать интересы всех участников системы банкротства в случае ликвидации предприятия, а также позволят справедливо распределять активы (конкурсную массу) должника.

Конкретные мероприятия при решении задач системы должны носить оберегающий, не направленный на развал экономики и ликвидацию предприятия характер, если оно имеет какие-то шансы на выживание и приспособление к потребностям рынка.

Список литературы

- 1 Родинова Н.В. Антикризисный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 223 с.
- 2 Закон Республики Казахстан «О конкуренции». — Алматы: ЮРИСТ, 2009. — 40 с.

- 3 *Фатхутдинов Р.А.* Разработка управленческого решения: Учеб. пособие. — М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. — 208 с.
- 4 *Тутунджян А.К.* Реструктуризация предприятий в условиях перехода к рыночной экономике: проблемы теории и практики. — М.: Экономика, 2000. — 262 с.
- 5 *Бляхман Л.С.* Основы функционального и антикризисного менеджмента: Учеб. пособие. — СПб.: Изд-во В.А.Михайлова, 2000. — 380 с.
- 6 *Мазур И.И., Шапиро В.Д.* Реструктуризация предприятий и компаний: Учеб. пособие. — М.: Экономика, 2001. — 456 с.
- 7 *Экономика предприятия: Учебник / Под ред. Н.А.Сафронова.* — М.: Юристъ, 1998. — 584 с.
- 8 *Гончаров В.И.* Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.

Б.Г.Нұрпейісов

Кәсіпорын қызметін басқару түрі ретіндегі дағдарысқа қарсы менеджменттің рөлі мен маңызы

Қазақстан экономикасы үшін жаңа ұғым ретіндегі дағдарысқа қарсы менеджменттің мәні ашылған. Отандық кәсіпорындарда дағдарысқа қарсы басқаруды тәжірибе жүзінде қолдану қажеттігі туындағаны айтылған. Дағдарысқа қарсы менеджменттің маңызды бағыты кәсіпорындар мен компанияларды қайта құрылымдау болып табылатындығы дәлелденген. Кәсіпорындарды қайта құрылымдау кезеңдері және принципті сызбасы қарастырылған. Дағдарысқа қарсы менеджменттің тактикалық нұсқаларына көңіл бөлінген. Дағдарысты жағдайдың шектен шыққан көрінісі компанияның банкротқа ұшырауы болып табылатындығы туралы қорытынды жасалған. Кәсіпорындардың банкротқа ұшырау жүйесіндегі мақсаттар иерархиясы бөлініп көрсетілген.

B.G.Nurpeisov

Role and value of anti-recessionary management as versions managements of enterprise activity

The essence of anti-recessionary management as new concept for economy of Kazakhstan reveals. It is noted that the domestic enterprises had a need for practical application of crisis management. It is proved that the important direction of anti-recessionary management is restructuring of the enterprises and the companies. Stages and the schematic diagram of restructuring of the enterprises are considered. The attention to tactical options of anti-recessionary management is paid. The conclusion that extreme expression of a crisis situation is bankruptcy of the company is drawn. The hierarchy of the purposes of system of bankruptcy of the enterprises is allocated.

Д.А.Ланцев

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова***Стимулирование как функция современного менеджмента**

В статье раскрыта сущность понятия функции стимулирования в современном менеджменте. Отмечено, что функция стимулирования реализуется посредством методов управления. Доказано, что в настоящее время известны различные подходы к объяснениям человеческой мотивации. Определено, что в середине прошлого столетия возникли и продолжают развиваться до сегодняшнего дня психологические теории мотивации, подразделяющиеся на содержательные и процессуальные. Сделан вывод о том, что мотивация, рассматриваемая как процесс, может быть представлена в виде шести стадий. Значительное внимание в статье уделено экономическим и неэкономическим способам мотивации.

Ключевые слова: стимулирование, функция, менеджмент, мотивация, поведение, стадии, экономические мотивы, оплата, неэкономические способы.

Понятие функции стимулирования

В современном менеджменте понятие функции стимулирования имеет два определения.

Согласно первому определению, стимулирование представляет собой совокупность действий руководителя, побуждающих людей делать то, что он считает необходимым. Согласно второму — стимулирование представляет собой установление взаимоотношений между членами коллектива, побуждающих их выполнять необходимую, с точки зрения руководителя, работу.

Реализуется функция стимулирования посредством методов управления, которые можно разделить на административные, экономические, социально-психологические [1–3].

При реализации функции стимулирования необходимо учитывать, что вся деятельность человека обусловлена его потребностями. Люди стремятся достичь или избежать чего-либо, их деятельность всегда направлена на достижение своих целей и реализацию своих интересов. Следовательно, руководитель, желающий добиться успеха в работе с подчиненными, должен в достаточной степени владеть знаниями о мотивации.

Мотивация — это основания, средства, источники и стимулы развития людей. Она является камнем преткновения для многих менеджеров. Необходимость мотивации обусловлена тем, что менеджерам приходится работать с людьми и среди людей и им важно знать причины тех или иных поступков своих подчиненных, чтобы иметь возможность направлять их действия в русло, желательное для организации (фирмы).

Известный менеджер американского бизнеса Ли Якокка отмечает: «Менеджер добился многого, если оказался способным побудить к энергичной деятельности хотя бы одного человека. Когда речь идет о том, чтобы предприятие двигалось вперед, вся суть — в мотивации людей. Вам следует побудить к деятельности своего подчиненного и заставить его, в свою очередь, побуждать к деятельности своих подчиненных» [4; 81].

Люди в течение веков пытались объяснить свои поступки, добраться до причин жизненных событий, узнать, какого рода ценности и потребности заставляют людей совершать определенные действия, что выступает в роли основной побудительной силы человека.

В таблице 1 представлены различные подходы к объяснению поведения человека.

Т а б л и ц а 1

Характеристика подходов к объяснению поведения человека

Подход	Краткое содержание
1	2
Социологический	Поведение человека находится под воздействием поступков других людей и событий в нашем социальном окружении. Ценности и обычаи отдельного общества определяют действия других людей в этом обществе
Биологический	Действия человека зависят от его физических и биологических потребностей и побуждений

1	2
Психологический	Мотивы поведения человека в основном не осознаются и не лежат на поверхности. Ключ к истинным причинам поступков — в подсознании, наши осознанные рассуждения — большей частью путаница и обман
Бихевиоральный (поведенческий)	Поведение людей — это, в сущности, результат ввода данных через глаза, уши, нос и т.д.
Гуманистический	Охватывает все аспекты природы человека. Доверяет биологическим побудителям, уважает социологические причины. Не отрицает того, что люди реагируют на бихевиоральные стимулы и что эти стимулы могут находиться в психоаналитическом подсознании

Примечание. Использованы данные работы [5; 66].

Наличие разнообразных подходов подтверждает тот факт, что мотивация — сложное, многоаспектное явление.

Первоначальные концепции мотивации, связанные с именем Ф.Тейлора и его научной школой менеджмента, полагали, что рабочие в большинстве своем ленивы и гораздо менее компетентны в своей работе, чем менеджер. Все внимание менеджеров сосредоточивалось на самой работе. Они должны были определить способы проведения работ, применять прогрессивную систему оплаты труда, осуществлять жесткий контроль. Основной лозунг был: «Чем больше работаешь, тем больше получаешь». Считалось, что рабочие могут быть мотивированы только денежным вознаграждением и лишь немного — результатами своего труда.

По мере роста уровня жизни людей управляющие начинали понимать, что материальное поощрение не всемогуще. Это побудило специалистов в области управления искать новые решения проблемы мотивации. Большую популярность приобрело психологическое направление. В 1940-х гг. возникли и продолжают развиваться в настоящее время психологические теории мотивации, которые подразделяются на содержательные и процессуальные [6–8].

Содержательные теории мотивации основываются на потребностях, которые побуждают работников действовать в определенном направлении.

Процессуальные теории мотивации основываются на поведении людей с учетом их восприятия и познания.

Разграничение стадий процессов мотивации

Мотивация, рассматриваемая как процесс, может быть представлена в виде шести стадий (рис.).

Первая стадия — возникновение потребности. Потребность проявляется в том, что человек начинает ощущать нехватку чего-либо. Возникает она в конкретное время и начинает «требовать» от человека, чтобы он нашел возможность и предпринял какие-то действия для ее удовлетворения.

Вторая стадия — поиск путей удовлетворения потребностей. Поскольку возникшая потребность создает для человека проблемы, он начинает искать возможности ее удовлетворить и определяет блага, с помощью которых этого можно достичь. В результате возникает необходимость что-то предпринять.

Третья стадия — определение направления действий, совершив которые, человек сможет удовлетворить потребность. На данной стадии человек осознанно или неосознанно определяет:

- 1) какие блага могут удовлетворить потребность;
- 2) что необходимо сделать для получения этих благ;
- 3) какова вероятность выполнения намеченных действий (получения желаемых благ);
- 4) насколько реальные результаты действий могут удовлетворить потребность.

Четвертая стадия — осуществление действия. На этой стадии человек затрачивает усилия, осуществляя действия, которые, в конечном счете, должны предоставить ему возможность получения блага, удовлетворяющего потребность.

Пятая стадия — получение вознаграждения (блага) за осуществленные действия. Именно здесь выясняется то, в какой степени эти действия способствовали достижению желаемого результата.

Шестая стадия — удовлетворение потребности. В зависимости от степени снятия напряжения, вызываемого потребностью, а также от того, вызывает удовлетворение потребности ослабление или усиление мотивации к деятельности, человек либо прекращает деятельность до возникновения новой потребности, либо продолжает искать возможности и осуществлять действия по устранению потребности.

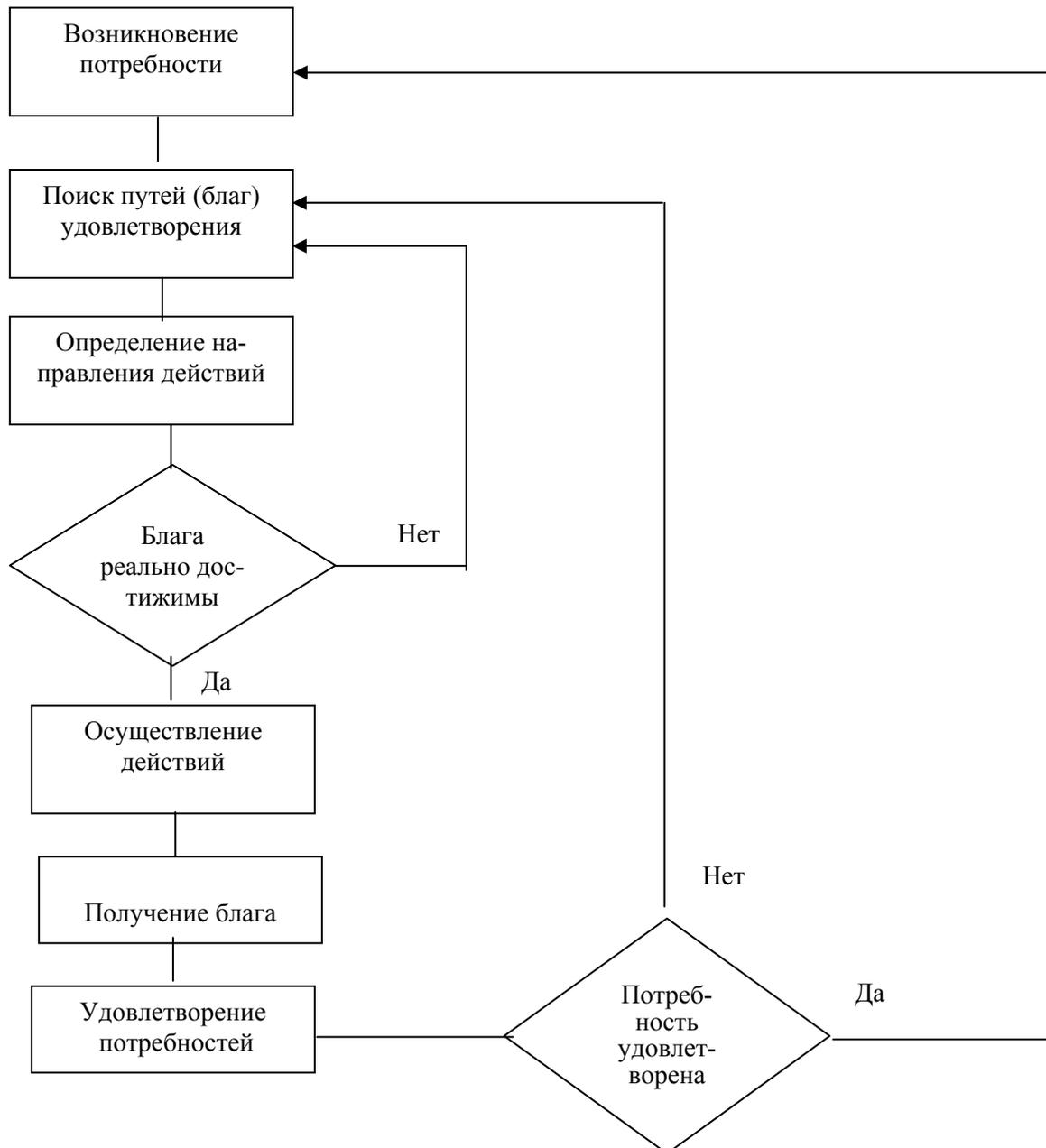


Рисунок. Процесс мотивации (данные работы [1; 75])

Экономические мотивы деятельности людей

Суть экономических мотивов состоит в том, что люди в результате выполнения требований, предъявляемых к ним организацией, получают определенные материальные выгоды, повышающие их благосостояние. Они могут быть прямыми (денежный доход) или косвенными, облегчающими получение прямых (дополнительное свободное время, позволяющее заработать в другом месте).

Основными формами денежных доходов, связанных с трудовой деятельностью, являются заработная плата, предпринимательская прибыль, различного рода выплаты и льготы.

За рубежом различные типы стимулирующей оплаты труда используются как способ мотивации высокопроизводительной деятельности работников. Некоторые методы такой оплаты приведены в таблице 2.

Новые мотивационные программы оплаты труда

Название программы	Описание
Оплата в зависимости от результатов труда	Каждый работник вознаграждается пропорционально результатам вклада в решение общих задач. Также известна как оплата за заслуги
Участие в прибылях	Предусматривает вознаграждение всех работников и менеджеров при достижении компанией (бизнес-единицей) поставленных целей. Стимулирует работу в командах
Программа участия в собственности компании	Работники превращаются в частичных собственников компании, что позволяет им участвовать в прибылях (что, в свою очередь, мотивирует сотрудников к направленным на увеличение доходов усилиям)
Единовременные бонусы	Вознаграждение труда работников в форме разовой денежной премии
Определяемая знаниями оплата труда	Зарплата работника увязывается с требуемыми от него навыками (выполняемыми задачами). У работников появляется мотивация к повышению квалификации, обучению новым профессиям, что положительно воздействует на степень гибкости и показатели производительности компании
Гибкие рабочие графики	Гибкий график работы позволяет работникам самостоятельно планировать свой рабочий день. Если в компании практикуется совместительство, то одну должность могут занимать два и более совместителей. Дистанционная работа позволяет трудиться на дому или в иных удаленных от офиса местах
Оплата по результатам деятельности команды	Работники получают вознаграждение за поведение и действия, выгодные всей команде, такие как кооперация, умение слушать, других и делегировать полномочия

Примечание. Использованы данные работы [9; 635].

Теоретически в организациях должна быть однозначная связь между тем, что и как делает работник и сколько за это получает. Оплата и результативность, оплата и производительность должны быть связаны между собой. Общество ориентировано на конечные результаты деятельности. В основе всего лежит предположение, что полная компенсация за затраченные усилия, включая зарплату, должна в разумной степени отражать вклад каждого работника или, еще более конкретно, то, насколько эффективно он работал.

Один из наиболее мощных инструментов формирования связи между результатами труда и вознаграждением — это комплексная программа оплаты и стимулирования труда. Текущая программа — это денежное вознаграждение и комплекс компенсационных и поощрительных мер. В комплексной программе должны предусматриваться дополнительные денежные вознаграждения и сотни других мер, которые могут временами существенно усиливать и дополнять текущую программу оплаты и стимулирования труда и удовлетворять те потребности, которые оказываются не по силам текущей программе.

При разработке программ следует иметь в виду, что ценность деятельности и ценность человека, работающего в этой должности, — это разные вещи.

Неэкономические способы мотивации

К неэкономическим способам стимулирования относятся организационные и моральные.

Организационные способы прежде всего включают в себя мотивацию привлечением к участию в делах организации (предприятия), а также мотивацию обогащением труда. Мотивация участием в делах предприятия предполагает, что работникам предоставляется право голоса при решении ряда

проблем, прежде всего социального характера; они вовлекаются в процесс коллективного творчества, консультирования по специальным вопросам; им делегируются права и ответственность.

Наконец, мотивация обогащением труда заключается в предоставлении людям более содержательной, важной, интересной, социально значимой работы, с широкими перспективами должностного и профессионального роста, дающей возможность осуществлять контроль над ресурсами и условиями собственного труда.

Приведем в качестве примера критерии мотивирующей организации труда, предлагаемые немецкими учеными В.Зигертом и Л.Лангом [10; 299, 300]:

- любые действия должны быть осмысленными, и в первую очередь теми, кто требует действий от других;
- люди должны испытывать радость от работы, отвечать за нее, быть лично причастными к результатам деятельности, к работе с людьми, чтобы их действия были для кого-то конкретно важны;
- каждый на своем рабочем месте хочет показать, на что он способен;
- каждый стремится выразить себя в труде, узнать себя в его результатах, иметь доказательства того, что он может что-то сделать; это что-то должно получить имя своего создателя;
- необходимо знать точку зрения людей на возможные улучшения их работы;
- людям нужно дать возможность ощутить свою значимость;
- в достижении цели, которую работник себе поставил или в формулировании которой он принял участие, он проявит больше энергии;
- хорошо работающие люди имеют право на материальное и моральное признание;
- сотрудники должны иметь свободный доступ ко всей необходимой информации, причем быстрый;
- решения об изменении в работе сотрудников должны приниматься при их участии и с опорой на их знания и опыт;
- самоконтроль;
- сотрудники должны иметь возможность приобретать в процессе работы новые знания;
- нужно поощрять инициативу, а не выжимать из сотрудников пот;
- сотрудники должны иметь информацию о качестве своего труда;
- каждый, по возможности, должен быть сам себе шефом.

К моральным методам стимулирования относится прежде всего признание, которое может быть личным и публичным.

Суть личного признания состоит в том, что особо отличившиеся работники упоминаются в специальных докладах высшему руководству организации, представляются ему, получают право подписывать документы, в разработке которых принимали участие, персонально поздравляются администрацией по случаю праздников и семейных дат.

Публичное признание знакомо нам намного лучше. Оно состоит в широком распространении информации о достижениях работников в многотиражных газетах, выпускаемых организациями, на специальных стендах (Досках почета), награждение особо отличившихся людей почетными знаками, грамотами, внесение их имен в специальные книги. Часто публичное признание осуществляется не само по себе, а сопровождается награждением премиями, ценными подарками и пр.

Специфическими моральными методами мотивации являются похвала и критика.

Похвала должна следовать за любыми достойными действиями исполнителей и даже самыми незначительными результатами, полученными ими, но обязательно конкретными и способствующими достижению целей организации. К ней предъявляются такие требования, как дозированность, последовательность, регулярность, контрастность (необходимы перерывы, ибо при слишком частом использовании этого метода его действенность ослабляется). Отсутствие похвалы, особенно за хорошую работу, незаслуженная или неискренняя похвала демотивируют, поэтому для повышения ее действенности желательно иметь объективные критерии.

Критика, т.е. отрицательная оценка окружающими недостатков и упущений в работе, должна быть прежде всего конструктивной, стимулировать действия человека, направленные на их устранение, и указывать на их возможные варианты.

К правилам ее осуществления относятся: конфиденциальность, доброжелательность, создаваемая за счет ослабления обвинительного акцента, внесения элементов похвалы, уважительного отно-

шения к личности критикуемого, сопереживания ему, самокритики; высказывание замечаний иносказательно, в косвенной форме; аргументированность; отсутствие категоричных требований признания ошибок и правоты критикующего; подчёркивание возможности устранения недостатков и демонстрация готовности прийти на помощь.

Любая критика, за исключением явного сведения счетов, должна восприниматься как форма помощи со стороны в деле устранения недостатков, поэтому критикуемые не могут обижаться на нее. Их задача состоит в том, чтобы, признав имеющиеся недочеты, постараться извлечь из критики пользу и исправить имеющиеся ошибки.

И в заключение необходимо остановиться еще на одной форме мотивации, которая, по существу, объединяет в себе все рассмотренные выше. Речь идет о продвижении в должности, которое дает и более высокую заработную плату (экономический мотив), и интересную и содержательную работу (организационный мотив), а также отражает признание заслуг и авторитета личности (моральный мотив).

В то же время этот способ мотивации является внутренне ограниченным: в организации не так много должностей высокого ранга; не все люди способны руководить и не все к этому стремятся.

Список литературы

- 1 *Брасс А.А.* Основы менеджмента: Учеб. пособие. — Минск: ИП «Экоперспектива», 1999. — 239 с.
- 2 *Кабушкин Н.И.* Основы менеджмента: Учебник. — Минск: НПЖ «ФУА», ЗАО «Экономпресс», 1997. — 284 с.
- 3 *Вачугов Д.Д., Березкина Т.Е., Кислякова Н.А. и др.* Основы менеджмента: Учебник. — М.: Высш. шк., 2001. — 367 с.
- 4 *Якокка Л.* Карьера менеджера: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1991. — 384 с.
- 5 *Основы менеджмента: Учеб. пособие.* — М.: Издат. дом «Дашков и К⁰», 2000. — 176 с.
- 6 *Уткин Э.А.* Мотивационный менеджмент. — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1999. — 256 с.
- 7 *Мишурова И.В., Кутелев П.В.* Управление мотивацией персонала: Учеб.-практ. пособие. — М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д.: Издат. центр «МарТ», 2003. — 224 с.
- 8 *Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Доннелли Д.Х.-мл.* Организации: поведение, структура, процессы: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 662 с.
- 9 *Дафт Р.* Менеджмент. 6-е изд.: Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2008. — 864 с.
- 10 *Веснин В.Р.* Основы менеджмента: Учебник. — М.: Ин-т междунар. права и экономики. Изд-во «Триада, Лтд», 1997. — 384 с.

Д.А.Ланцев

Ынталандыру заманауи менеджменттің қызметі ретінде

Заманауи менеджменттегі «ынталандыру қызметі» ұғымының мәні ашылған. Ынталандыру басқару тәсілдерінің көмегімен жүзеге асатындығы көрсетілген. Қазіргі таңда адамның талаптануының әр алуан тұрғыдан түсіндіруге болатыны белгілі екендігі дәлелденген. Өткен ғасырдың ортасында пайда болып қазіргі кезге дейін жалғасын тауып келе жатқан талаптандырудың психологиялық теорияларының мазмұндық және үдерістік болып бөлінетіндегі жалпыланған. Үдеріс ретінде қарастырылатын талаптандыруды алты кезеңге бөлуге болатындығы туралы қорытынды жасалған. Талаптандырудың экономикалық және экономикалық емес түрлеріне едәуір көңіл бөлінген.

D.A.Lantsev

Stimulation as a function of modern management

The essence of the concept of function in promoting modern management. It is noted that the function is implemented through incentive management. We prove that at present there are various approaches to the explanation of human motivation. Generalized that in the middle of the last century and have continued to evolve to the present day psychological theories of motivation, subdivided into substantive and procedural. The conclusion is that the motivation, considered as a process can be represented in the form of six stages. Considerable attention is paid to the economic and non-economic methods of motivation.

А.К.Калыков

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Сравнительная характеристика традиционного и логистического подходов к управлению

В статье дано определение логистики как системного подхода, представляющего движение и развитие материальных, информационных, финансовых и трудовых ресурсов в категориях потоков и запасов. Предпринята попытка дать точные определения используемым в логистике понятиям. Доказывается, что в современных условиях концепция логистики включает комплекс операций, связанных с управлением запасами, складированием товаров и процессом их доставки. Уделено внимание миссии и объекту логистики. Отмечено, что оперирование понятийным аппаратом логистического менеджмента необходимо менеджерам и бизнесменам в их повседневной практической работе. Обосновано, что использование концепции логистики может стать инструментарием совершенствования организации производственно-коммерческой деятельности на всех уровнях экономики.

Ключевые слова: управление, логистический подход, параметры, поток, миссия, функция, цели и критерии, объекты логистики, уровни развития логистики.

Принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного

При традиционном подходе к управлению каждое звено логистической цепи имеет свою систему управления, ориентирующуюся на собственные цели и критерии эффективности. Выходной материальный поток каждого предыдущего звена логистической цепи, сформированный под воздействием системы управления данного звена, с учетом его целей и критериев, является входным для последующего звена. Результирующим материальным потоком всей логистической цепи является выходной поток последнего звена. Его параметры определяются в результате независимых управляющих воздействий, осуществляемых последовательно в каждом звене логистической цепи, поэтому с точки зрения общих целей управления они являются случайными.

Рассмотрим сквозной прерывный материальный поток, показатели которого на выходе (точка Q) складываются спонтанно (рис. 1).

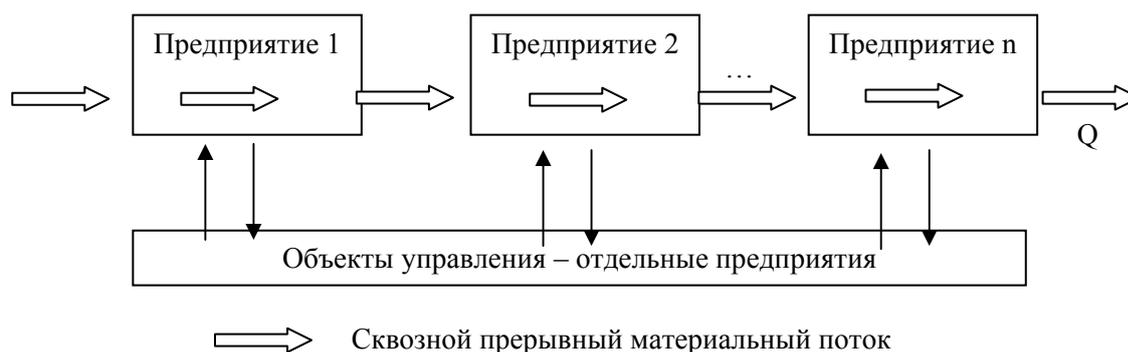


Рисунок 1. Традиционный подход к управлению материальным потоком

Как видно из рисунка, при традиционном подходе задача управления сквозным материальным потоком не ставится и не решается, не выделяется сама категория «сквозной материальный поток». В результате показатели этого потока (себестоимость, надежность поступления, качество и др.) на выходе из цепи, как правило, далеки от оптимальных.

При логистическом подходе управляющие воздействия прилагаются со стороны единой логистической системы управления к отдельным стадиям производственно-сбытового процесса. Эти

управляющие воздействия формируются исходя из общих целей и критериев эффективности исследуемой логистической цепи таким образом, что выходные параметры сквозного материального потока (точка Q) оказываются достаточно предсказуемыми и контролируруемыми (рис. 2).

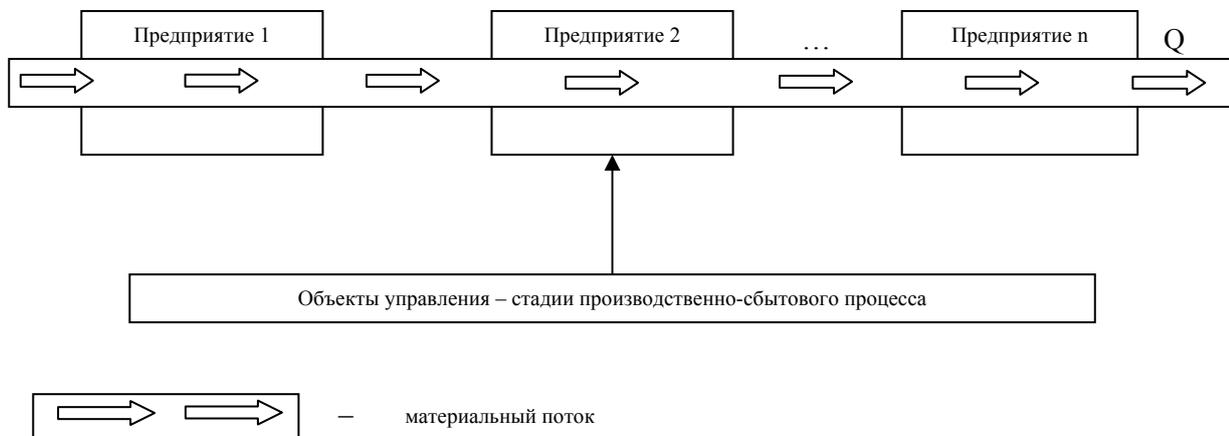


Рисунок 2. Логистический подход к управлению материальным потоком

Продвижение материального потока по всей цепи начинает осуществляться с минимальными затратами вследствие улучшения значения параметров системы (табл.).

Т а б л и ц а

Сопоставление параметров системы при традиционном и логистическом подходах к управлению

Параметр системы	Подход	
	традиционный	логистический
Объем запаса	Максимально допустимый	Оптимальный, стремится к минимуму
Время выполнения производственных и транспортно-складских операций	Определяется сложившимся ходом производственно-сбытового процесса	Минимальное
Серийность изделий	Максимально возможная	Зависит от спроса
Простои оборудования	Максимальны при прерывании или замедлении потока	Экономически обусловленные, стремятся к минимуму
Наличие брака на выходе	Обуславливается технологией	Не допускается
Внутренние перевозки	Зависят от производственной структуры	Оптимальные маршруты перевозок
Отношения с поставщиками	Индивидуальные, часто антагонистические цели	Общие цели

На основании представленных выше суждений можно отметить, что принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного заключается в:

- выделении единой функции управления прежде разрозненными материальными потоками;
- технической, технологической, экономической и методологической интеграции отдельных звеньев материалопроводящей цепи в единую систему, обеспечивающую эффективное управление сквозными материальными потоками.

Таким образом, логистика предлагает иную логику управления совокупными (материальными, финансовыми и пр.) ресурсами и позволяет обеспечить тесную координацию собственно логистической организации и производственной стратегии.

Понятие и главные категории логистики

Исследование современных отечественных и зарубежных публикаций позволяет установить достижение определенного консенсуса в области понятия логистики.

По мнению большинства специалистов, в данной области возможны два определения логистики — в широком и узком смысле [1–5].

В широком смысле логистика — это наука об управлении оптимизацией материальных потоков, потоков услуг и связанных с ними информационных и финансовых потоков в определенной микро-, мезо- или макроэкономической системе для достижения поставленных перед ней целей.

В узком смысле логистика — это интегральный инструмент менеджмента, способствующий достижению стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективного (с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг) управления материальными и (или) сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и финансовых средств, контроля и регулирования движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя.

Из сказанного следует, что логистика предопределяет оптимальное управление определенным видом потоков. Отсюда можно сделать вывод о том, что главными категориями логистики являются поток и запас, которые не могут существовать друг без друга.

Поток — это один или множество объектов. Воспринимается как единое целое, существует как процесс на определенном временном интервале и измеряется в абсолютных единицах. Поток в определенные моменты времени может быть запасом материальных ресурсов, незавершенного производства или готовой продукции. Выделяют ряд основных параметров, характеризующих поток: его начальный и конечный пункты, геометрия пути (траектория), длина пути (мера траектории), скорость и время движения, промежуточные пункты, интенсивность.

Различают следующие основные виды потоков [6–8]:

1. Материальный поток — это продукция (различные изделия, детали, товарно-материальные ценности), рассматриваемая в процессе приложения к ней различных логистических (погрузка, разгрузка, сортировка и т.д.) и/или технологических операций (резание, ковка, плавка, сборка и т.п.) и отнесенная к определенному временному интервалу.

2. Финансовый поток — это направленное движение финансовых средств, циркулирующих в логистической системе, а также между логистической системой и внешней средой, необходимых для обеспечения эффективного движения определенного товарного потока. Из этого определения следует: логистический финансовый поток — это не просто движение финансовых ресурсов, а их направленное движение; направленность движения финансовых ресурсов в логистике обуславливается необходимостью обеспечения перемещения соответствующего товарного потока.

3. Информационный поток — упорядоченное множество сообщений, циркулирующих в логистической системе, между логистической системой и внешней средой, необходимое для управления потоковым процессом. Существует в различных формах (речевой, на бумажных или магнитных носителях и т.д.).

4. Поток услуг — особый вид деятельности, удовлетворяющий общественные и личные потребности (транспортные, оптово-розничные, консультационные, информационные и т.п.). Услуги могут оказываться людьми и оборудованием, в присутствии клиентов и в их отсутствие, быть направленными на удовлетворение как личных потребностей, так и нужд организаций.

Миссия и объекты логистики

Обзор имеющейся литературы показал, что миссия логистики — это удовлетворение спроса клиентуры на товар при наименьших затратах, связанных с функционированием системы: транспорт — складское хозяйство — запасы.

Основные принципы построения и функционирования логистики — нахождение и поддержание оптимального баланса между всеми функциональными областями деятельности компании.

Исходя из миссии логистики можно определить функции логистики в следующих сферах бизнеса:

- транспортировка;
- складирование;
- упаковочные работы;

- обработка груза (погрузка, разгрузка, перегрузка);
- обработка заказов клиентов;
- управление запасами;
- производственные операции;
- операции по закупке;
- маркетинг и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков;
- размещение производственных мощностей и ряд других.

Функции логистики реализуются на всех стадиях движения факторов производства и продуктов. Так, можно выделить логистику снабжения, логистику производства, логистику распределения (сбыта). Логистика снабжения и логистика сбыта имеют своим предметом частично внутрипроизводственные потоки ресурсов, но в значительно большей степени — движение ресурсов и продуктов вне предприятия. Функции логистики, таким образом, тесно переплетаются с другими функциями по обеспечению движения потоков производственных факторов.

Помимо выделения функций логистики на различных стадиях оборота материальных фондов существует и другая характеристика логистики — ее предмет. С этой точки зрения различают логистику персонала и логистику материалов. В последней, в силу специфики, выделяют различные виды материалов, и прежде всего движимое имущество, относящееся к процессу производства. Называется такая логистика логистикой товаров. В последние годы развились в самостоятельные отрасли логистики материалов — логистика энергетических потоков и логистика информационных потоков. На рисунке 3 представлена классификация областей логистики по функциям и по предмету, а также описание отдельных функций.

Особое практическое значение имеет детальное рассмотрение логистики товаров. Специфические вопросы движения исходных материалов, промежуточных и (в некоторых случаях) конечных продуктов от закупки до склада готовой продукции относятся к логистике материалов. Критериями выделения отдельных функций в данном случае служат: вид материала и этап процесса его движения на предприятии. В противоположность логистике материалов различают логистику сбыта готовой продукции, которая является частью логистики товаров.

Функции логистики Предмет логистики		Пространственная функция (перемещение в пространстве)	Временная функция (движение во времени)	Перераспределение	
		логистика персонала	перемещение сотрудников	организация ожидания	пересадки
логистика материалов	логистика товаров	логистика материалов; логистика готовой продукции (сбыта готовой продукции)	транспортировка товаров	хранение	сортировка, перегрузка, перевалка
	логистика энергетических потоков		передача энергии	сохранение энергии	трансформация энергии
	логистика информационных потоков		передача информации	сохранение информации	реорганизация данных (например, перекодирование)

Рисунок 3. Деление логистики по предмету и функциям

Деление на логику материалов и сбытовую логику находит свое отражение в организационной структуре предприятия. Логистикой материалов занимаются подразделения материально-технического обеспечения, сбытовой логистикой — отдел сбыта. Так как основным назначением снабжения является обеспечение предприятия исходными материалами для производства, то это и предопределило задачи логистики снабжения. Этот же подход верен и при определении задач логистики производства.

Актуальность процессов интеграции маркетинга и логистики

Для развитых рыночных отношений становятся актуальными процессы интеграции маркетинга и логистики, основанные на взаимодействии двух концепций управления. Взаимодействие маркетинга как концепции управления, ориентированной на рынок, и логистики как концепции управления, ориентированной на поток, создает возможности повышения материальной и информационной полезности и ценности продукта, определяемых покупателем или клиентом (рис. 4).

Такая интеграция создает основы для структуризации логистики на подсистемы, которые предоставляют покупателю возможность более эффективно и надежно использовать приобретенную продукцию.

Уровни развития логистики

Выделяют четыре последовательные стадии развития логистических систем.

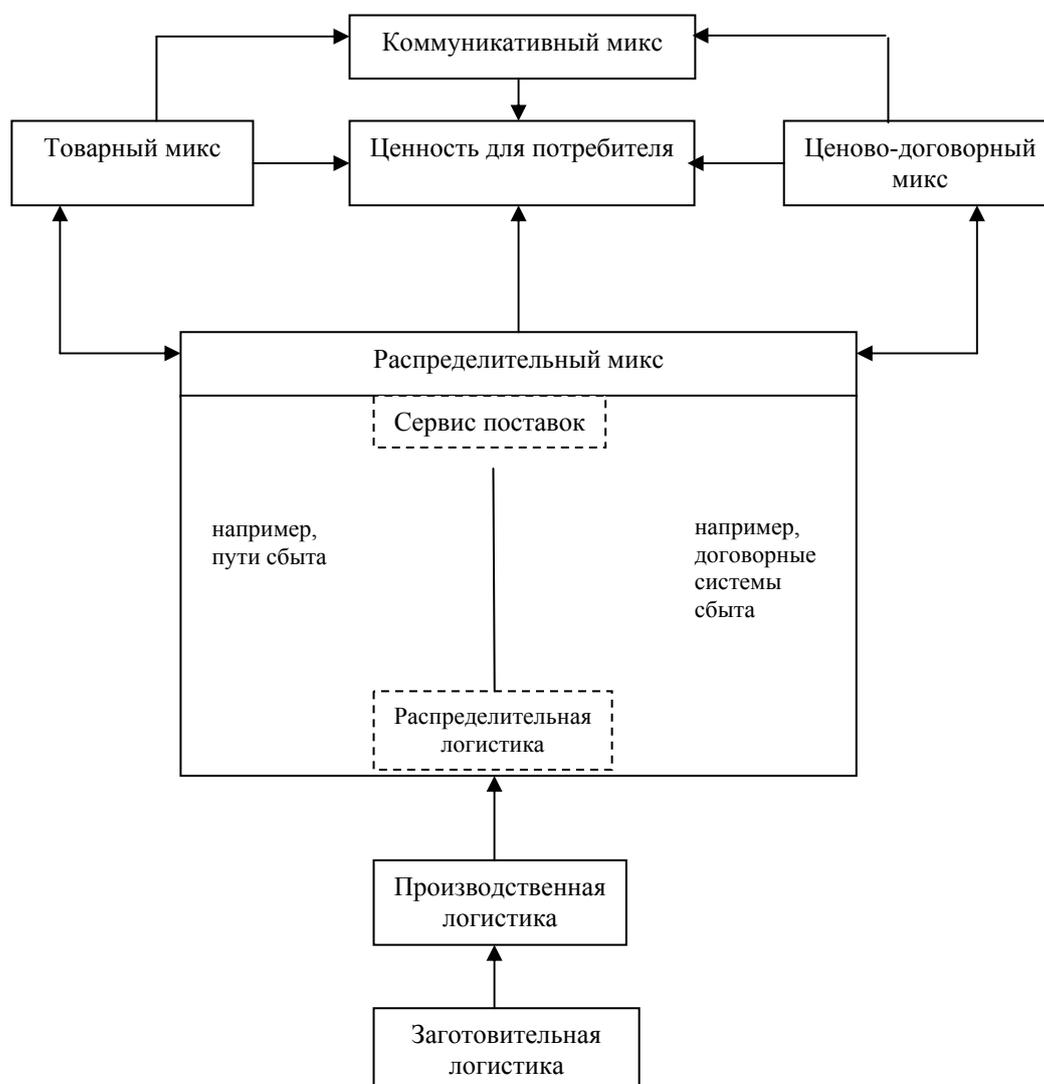


Рисунок 4. Маркетинг и логистика как факторы, формирующие ценность для потребления

Для первой стадии развития логистики характерен ряд следующих моментов. Компании работают на основе выполнения сменно-суточных плановых заданий, форма управления логистикой наименее совершенна. Область действий логистической системы обычно охватывает организацию хранения готовой продукции, отправляемой с предприятия, и ее транспортировку. Система действует по принципу непосредственного реагирования на ежедневные колебания спроса и сбои в процессе распределения продукции. Работу системы логистики на данной стадии ее развития в компании обычно оценивают величиной доли затрат на транспортировку и другие операции по распределению продукции в общей сумме выручки от продажи.

Для компаний, имеющих системы логистики второго уровня развития, характерно управление потоком производимых предприятиями товаров от последнего пункта производственной линии до конечного потребителя. Контроль системы логистики распространяется на следующие функции: обслуживание заказчика, обработка заказов, хранение готовой продукции на предприятии, управление запасами готовой продукции, перспективное планирование работы системы логистики. При выполнении этих задач используются компьютеры, однако соответствующие информационные системы не отличаются, как правило, высокой сложностью. Работа логистической системы оценивается исходя из сопоставления данных сметы расходов и реальных затрат.

Системы логистики третьего уровня контролируют логистические операции от закупки сырья до обслуживания конечного потребителя продукции. К дополнительным функциям таких систем относятся: доставка сырья на предприятие, прогнозирование сбыта, производственное планирование, добыча или закупка сырья, управление запасами сырья или незавершенного производства, проектирование систем логистики. Единственная сфера, которая не контролируется менеджером по логистике, — это повседневное управление предприятием. Деятельность менеджера по логистике обычно осуществляется на основе годового плана. Работа системы оценивается путем сравнения затрат со стандартом качества обслуживания. При этом компании стремятся повысить производительность системы, а не сократить затраты. Управление осуществляется не по принципу непосредственного реагирования, а основано на планировании упреждающих воздействий.

Логистические системы четвертого уровня развития (со второй половины 90-х годов XX в. по настоящее время) отличаются тем, что область действий логистических функций здесь в основном аналогична той, что характерна для систем логистики третьей стадии развития, но с одним важным исключением: такие компании интегрируют процессы планирования и контроля операций логистики с операциями маркетинга, сбыта, производства и финансов. Интеграция способствует увязке часто противоречивых целей различных подразделений компании. Управление системой осуществляется на основе долговременного планирования. Работа системы оценивается с учетом требований международных стандартов. Компании осуществляют свою деятельность, как правило, на глобальном уровне, а не только на национальном или региональном. Они производят продукцию для мирового рынка и управляют частью мировых систем производства и распределения, предусматривая оптимизацию расходов и удовлетворение требований заказчиков.

В заключение важно отметить, что сегодня в республике осуществлен пуск метро в Алматы, налажено собственное производство железнодорожных локомотивов и вагонов, автомобилей, заново создан Каспийский морской флот. В нашей стране, одной из немногих в современном мире, ведется активная реконструкция и строительство дорогостоящих железнодорожных маршрутов. Завершается строительство международного транспортного коридора Западная Европа — Западный Китай протяженностью более 2 000 км. Эти объекты обеспечивают тысячи новых рабочих мест и в корне меняют инфраструктуру близлежащих населенных пунктов.

Все это стало возможным благодаря четко определенным экономическим приоритетам общенациональной Стратегии «Казахстан–2050», которые сегодня успешно дополняются проектами ГП ФИИР, программами «Дорожная карта бизнеса–2020», «Занятость–2020», «Производительность–2020» и другими. Их реализация — существенный рывок к инновационной модели экономического развития и конкурентоспособности страны на мировых рынках. Это одновременно важный шаг на пути построения Общества Всеобщего Труда.

Список литературы

- 1 Саркисов С.В. Управление логистикой: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2004. — 368 с.
- 2 Тамбиев А.Х., Кетова Н.П. Региональный маркетинг: Учеб. пособие. — М.: Экономика, 2000. — 320 с.
- 3 Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник. — М.: Экономика, 1999. — 703 с.
- 4 Канке А.А., Кошечая И.П. Логистика: Учебник. — М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2005. — 352 с.
- 5 Тулембаева А.Н. Логистика: Учеб. пособие. — Алматы: ИздатМаркет, 2004. — 312 с.
- 6 Менеджмент: Экзаменационные ответы. — Ростов н/Д.: Феникс, 2002. — 384 с.
- 7 Черченко Н. Место логистического менеджмента в фирме // Қаржы-қаражат-финансы Казахстана. — 2004. — № 1. — С. 81–85.
- 8 Иванов И.Н. Менеджмент корпорации: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 368 с.

А.К.Қалықов

Басқаруға дәстүрлі және логистикалық тұрғыдан қараудың салыстырмалы сипаттамасы

Мақалада материалдық, ақпараттық, қаржылық және еңбек ресурстарының қозғалысын және дамуын көрсететін жүйе ретіндегі логистиканың анықтамасы берілген. Логистикада қолданылатын ұғымдарға барынша дәлірек анықтама беруге ұмтылыс жасалған. Қазіргі кезде логистика тұжырымдамасы қорларды басқарумен, тауарларды қоймалаумен, оларды жеткізу үдерісімен байланысты операциялар кешенінен тұратындығы дәлелденген. Логистика миссиясына және нысанына көңіл бөлінген. Логистикалық менеджмент ұғымдарын басқару қызметінде менеджерлер мен бизнесмендер күнделікті іс-тәжірибеде қолданылатындығы айтылған. Логистика тұжырымдамасын пайдалану экономиканың барлық деңгейлерінде өндірістік-коммерциялық қызметті ұйымдастыруды жетілдірудің құралы бола алатындығы негізделген.

А.К.Kalykov

Comparative characteristic traditional and logistic approaches to management

In article logistics definition is given as the sitemny approach representing movement and development of material, information, financial and a manpower in categories of streams and запасов. № attempt to give exact definitions to concepts used in logistics Becomes. It is proved that in modern conditions the concept of logistics includes a complex of the operations connected with stockpile management, warehousing of goods and process of their delivery. The attention of mission and to object of logistics is paid. It is noted that operating by a conceptual framework of logistic management is necessary for managers and businessmen in their daily practical work. Locates that use of the concept of logistics can become tools of improvement of the organization of production and commercial activity at all levels of economy.

ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

УДК 338.48(574)

A.Bissekov¹, A.Bekbulatova², D.Alimbekov²

¹*Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Kazakhstan;*

²*L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana*

Dispersion analysis of development of tourism sector in the republic of Kazakhstan

For quite short time after obtaining independence, economic development of the Republic of Kazakhstan promptly goes forward. In the message of the president «Kazakhstan–2030», besides development of production of natural energy resources, special value is allocated the tourism industries. According to the concept of development of tourism in the Republic of Kazakhstan, it is capable to render three positive effects on national economy: first, to provide inflow of foreign currency and to have positive impact on such economic indicators as the balance of payments and cumulative export; secondly, helps to increase population employment; in the third, promotes development of infrastructure of the country. This research is devoted to study the branch of tourism in the Republic of Kazakhstan with use of the one-factorial dispersion analysis.

Key words: Republic of Kazakhstan, one-factorial dispersion analysis, tourism, Ronald Fischer, development strategy, gradations, influence of a factor, tourists flow, average size of a productive sign, tourist potential.

Data of tourism sector in the Republic of Kazakhstan

At the present time the role of the tourism industry is an important economic priority in the majority of the countries of the world community. Its development represents the extensive market of workplaces, satisfies inquiries of the personality, and also social communications between the countries. At the end of the 20th century the tourism sphere entirely became international, that was promoted by two factors: on the one hand — obtaining benefit to increase profitability of the tourist enterprise, firms expand geography of travel worldwide; on the other hand — aspiration to profitability, tourist business should be invested at the international level. Along with the developing countries, the Republic of Kazakhstan also has all possibilities for successful development of a hotel industry [1].

According to the concept of development of tourism in the Republic of Kazakhstan, it is capable to render three positive effects on national economy: first, to provide inflow of foreign currency and to have positive impact on such economic indicators as the balance of payments and cumulative export; secondly, helps to increase population employment; in the third, promotes development of infrastructure of the country. For realization of these purposes it is necessary to solve the following problems [2]:

- activization of a state policy in the field of tourism;
- improvement of system of regulation by tourist activity;
- further development of legal, organizational and economic bases of the industry of tourism;
- protection of the tourist market by granting tax privileges, the state guarantees and other measures of the state support;
- safety of tourists;
- formation of image of Kazakhstan as attractive tourist market;
- improvement of information system support;

- deepening of scientific researches in the field of tourism;
- providing measures for environmental protection and preservation of a cultural heritage.

Recently the increase in interest of foreign tourists to tourist sights of the Republic of Kazakhstan is observed. This phenomenon is caused first of all, by a geographical position of the republic, high potential in the field of the organization tourist attractive routes, existence of unique natural zones and reserves, historical and cultural sights of world level. Development of the main indicators of tourist branch is connected not only with natural appeal, but also with prospect of foreign investment. Due to the increase population standards of living, level of exit, increases entrance and internal tourism (table 1) [3].

Table 1

Main indicators of the tourist industry

Indicators	Year			
	2009	2010	2011	2012
Number of the served visitors, one million person	14,8	16,6	19	21,8
Entrance tourism	4,3	4,7	5,6	6,8
Exit tourism	6,4	7,4	8	8,6
Internal tourism	4,05	4,4	5,3	6,3

Note. Compiled by the author based on data from the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan.

As table 1 illustrates, in 2009 as a whole in the country about 15 million people were served. In comparison with 2012 the indicator increased 1,5 times and makes 21,8 million people. It should be noted that the most part of the served visitors is the share of exit tourism that is the number of traveling citizens and the persons who are constantly living in the Republic of Kazakhstan out of its limits increased. Such tendency of growth is characteristic for indicators of all types of tourism — the number of persons and citizens constantly living, and also the persons who aren't living in the country, traveling in its limits grows. Changes in number of visitors and travel of citizens of the Republic of Kazakhstan are shown in table 2.

Table 2

Number of tourists on purposes of visit, one million people

Indicators	Year			
	2009	2010	2011	2012
The resident visitors who have gone abroad	6,4	7,4	8	8,6
From them for tourism	0,15	0,16	0,30	0,56
The visitors nonresidents who have driven to the Republic of Kazakhstan	4,3	4,7	5,6	6,6
From them for tourism	0,44	0,48	0,14	0,24

Note. Compiled by the author based on data from the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan.

In 2009 Kazakhstan was left by 6,4 million people, by 2012 their number increased to 8,6 million that is 2,2 million more than people. For tourism, in 2009 left 150 thousand people, and in 2012 their number increased to 560 thousand people. Similarly the number of the tourists who have visited Kazakhstan — in 2009 of 4,3 million, and in 2012 of 6,6 million people increases. From them for tourism to the country 440 thousand and 240 thousand people respectively drove.

Due to the increase in socio-economic indexes of the country, tastes and preferences of tourists change. This fact, promotes expansion of infrastructure of quality in hotel business (table 3).

Table 3

The number of the foreign citizens who have arrived to Kazakhstan

Year	Russia	Kirgizstan	Uzbekistan	China	Turkey	Germany
1	2	3	4	5	6	7
2012	1,4	1,74	2,09	0,133	0,056	0,08

1	2	3	4	5	6	7
2011	1,3	1,5	1,9	0,128	0,060	0,067
2010	1,2	1,1	1,3	0,133	0,065	0,082
2009	1,1	1,04	1,1	0,169	0,067	0,083
2008	1,1	1,1	1,4	0,190	0,097	0,097
2007	1,3	1,07	1,5	0,171	0,121	0,102

Note. Compiled by the author based on data from the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan.

As table 3 illustrates, most of all the Republic of Kazakhstan accepts visitors from CIS countries. Most in 2012 arrived people from Uzbekistan — 2,09 million. On the second place by quantity arrived to Kazakhstan there are guests from Kyrgyzstan — in 2012 the indicator is equal 1,74 million people. The smallest number of people comes from Germany and Turkey. The number of leaving persons from the Republic of Kazakhstan is presented in table 4.

Table 4

The number of citizens of Kazakhstan which has left to other countries

Year	Russia	Kirgizstan	Uzbekistan	China	Turkey	UAE
2012	2,4	3,88	1,22	0,546	0,335	0,123
2011	2,2	3,4	1,08	0,447	0,268	0,102
2010	2,4	2,9	0,950	0,365	0,215	0,084
2009	2,2	2,6	0,795	0,263	0,133	0,067
2008	2,4	1,6	0,411	0,284	0,171	0,066
2007	2,3	0,922	0,411	0,414	0,160	0,064

Note. Compiled by the author based on data from the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan.

It should be noted that in case of departures out of borders of Kazakhstan, on a place of Germany is the United Arab Emirates. It is connected, certainly, with growing every year tourist interest of citizens. Main objectives of trips are shopping — rounds, visit of friends and relatives, business and cultural — historical interest. So, in 2012 in the United Arab Emirates the Republic of Kazakhstan was left by 123 thousand people. The greatest number of tourists went to Kyrgyzstan, the Russian Federation and Uzbekistan. To these countries generally leave for the purpose of business trips, visit of relatives and friends. It is necessary to consider that among quantity driving and leaving Kazakhstan there are also those who leaves or drives on a constant residence, are considered not only tourists.

Within the last 20 years, in the Republic of Kazakhstan a number of the major actions for formation of the national tourist industry is carried out, 22 international agreements in the field of cooperation in the sphere of the tourism, having the huge potential of social efficiency are concluded. Thus, the analysis of tourist activity showed that arriving from abroad, prefer to stay at hotels, providing high-quality service and a full set of services, therefore further development of a network of hotels of the international level will depend on business tourism in the large cities of the country.

The conducted researches showed low level of appeal of certain regions of the republic. The solution of problems of development and deployment of additional programs of development of tourism in regions, their timely financing and modernization of operating infrastructure will allow to increase considerably in the future appeal of all tourist regions. The main reasons for backwardness of tourist infrastructure are not only economic difficulties, but also the imperfect tax and tourist legislation, in particular, partial absence necessary for control of development of branch and observance of the rights of the consumer of state standards.

In the course of carrying out the analysis of a current state of tourist branch of Kazakhstan the following problems were revealed [4]:

- prevalence of the small travel companies which don't have personnel and material resources, doesn't promote development of investment investments in tourism branch;
- backwardness of transport infrastructure. Insufficient quantity the specialized motor transportation enterprises for tourist activity. Also the system of electronic booking and planning of trips isn't created;
- low level of preparation of specialized shots;
- weak level of financing of development of tourism in regions, etc.

Dispersion analysis of tourism industry

In literature of tourism often used methods of the analysis are statistical. Among them an example of influence of any factors on changes of one size represents the dispersion analysis. It allows to estimate reliability of difference of several selective averages simultaneous, i.e. to study influence of one controllable factor on a productive sign by an assessment of its relative role in the general variability of this sign caused by influence of all factors.

To define a definition of the dispersion analysis, it is analysis of variability of a sign under the influence of any controlled variable factors [5]. Task of the dispersion analysis is to characterize force and reliability of influence of a factor on a sign, and only at a size (average level) of a sign, but not on its variability. It is some kind of method of comparison of several arithmetic averages. The essence of the dispersion analysis consists in a partition of the general dispersion of a studied sign on the separate components caused by influence of concrete factors, and check of hypotheses of the importance of influence of these factors on a studied sign.

Comparing dispersion components with each other by means of F — Ronald Fischer's criterion, it is possible to define, what share of the general variability of a productive sign is caused by action of adjustable factors. Thus, the analysis can be one and multiple-factor. In this work the analysis will be used one-factorial, using criteria of R.Fischer who in itself represents the relation of selective dispersions of S21 and S22 which are considered as an assessment of the same general dispersion Σ^2 . For example, as growth of an average monthly salary in the Republic of Kazakhstan can affect growth of tourists leaving abroad. In the practice, each dose of a studied factor there correspond one selection (gradation) therefore each group (selective) average will characterize reaction of objects to the corresponding dose of a studied factor, and the effect of a studied factor can be expressed as a deviation of group average from general average, from here: [6]

$$(X_i - M) = (M_j - M) + (X_i - M_j)$$

Generalizing this record, we have dispersion decomposition which is made by the rule of addition of dispersions:

$$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n (y_{ij} - \bar{y})^2 = \sum_{j=1}^m (\bar{y}_j - \bar{y})^2 n_j + \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n (y_{ij} - \bar{y}_j)^2$$

where y_{ij} — value of a productive sign at unit i -y in j -y to group; i — unit number; j — group number; n_j — number at y group; \bar{y}_j — the average size of a productive sign in at y group; \bar{y} — general average of a productive sign.

From here the structure of the one-factorial analysis will look:

Table 5

Variation source	The Sum of squares of deviations	Number of degrees of freedom	The Average square of deviations	F — criterion
Between the groups	$\sum_{j=1}^m (\bar{y}_j - \bar{y})^2 n_j$	$m - 1$	S21	$F = \frac{S1^2}{S2^2}$
Inside the groups	$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n (y_{ij} - \bar{y})^2$	$n - m$	S22	
Total	$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n (y_{ij} - \bar{y})^2$	$n - 1$	S2	

Note. See Yelisseyeva I., Iuzbashev M. General theory of statistics, Finance and statistics publishing house, 2005, p. 54.

Having studied analysis way, we can construct it on the example of number of the served visitors in hotels, according to data of the table 3 «The Number of the Foreign Citizens Who Have Arrived to Kazakhstan over the Countries». For this purpose in the MS Excel program we use the Analysis of Data function in the Data menu. Having noted the entrance and output data, we will build them in groups on the countries (the Russian Federation, Kyrgyzstan, Uzbekistan, China, Turkey and Germany) we will receive:

Table 6

One-factorial dispersion analysis

RESULTS				
Groups	Account	Sum	Average	Dispersion
Column 1	6	6218495	1036415,9	2,66965E+11
Column 2	6	5883544	980590,6233	2,64412E+11
Column 3	6	7509382	1251563,682	4,3457E+11
Column 4	6	794037,1	132339,5222	4769390578
Column 5	6	412453,6	68742,26	1678273371
Column 6	6	434305,8	72384,3	1407176206

Note. Compiled by the author based on Ivanter E.V., Korosov A.V. Introduction in quantitative biology, Peter-GU, 2011, p. 66.

According to Table 6 data, the MS Excel program automatically builds results of influence of groups (the studied period 2009–2012). The dispersion analysis on the example of the table 4 «The number of citizens of Kazakhstan which has left to other countries» is showed below:

Table 7

Dispersion analysis

Variation source	SS	df	MS	F	P-value	F critical
Between the groups	9,23E+12	5	1,84632E+12	11,37596926	3,24251E-06	2,533555
Inside the groups	4,87E+12	30	1,623E+11			
Total	1,41E+13	35				

Note. Compiled by the author based on Ivanter E.V., Korosov A.V. Introduction in quantitative biology, Peter-GU, 2011, p. 66.

Thus, for definition of influence of a factor, we will find *F*-criterion in R.Fischer's table:

Table 8

Fischer's table of values (<i>F</i> -criterion)											
	f1										
f2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	15
1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77	238.88	240.54	241.88	245.95
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.72

f2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	15
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.20

Note. See Deffel K. Statistics in analytical chemistry, Moscow, Mir, 1994.

As table 7, F illustrates — the criterion is equal 11,37596926. It is present at R.Fischer's table. Therefore, the factor influence, in the studied period 2007–2012 is rather strong, so influence on indicators of number of the foreign citizens who have arrived to the Republic of Kazakhstan over the countries, has strong influence a certain factor which is characteristic for the studied period. The similar analysis can be done, using these tables 4 «The Number of Citizens of Kazakhstan Which Has Left in Other Countries». Results are presented in table 9:

Table 9

One-factorial dispersion analysis

RESULTS				
Groups	Account	Sum	Average	Dispersion
Column 1	6	11768149	1961358	9,31968E+11
Column 2	6	11640182	1940030	1,75516E+12
Column 3	6	3653137	608856,2	1,65211E+11
Column 4	6	1777245	296207,4	26174531829
Column 5	6	949564,3	158260,7	8262429550
Column 6	6	384733,1	64122,19	1196689551

Note. Compiled by the author based on Ivanter E.V., Korosov A.V. Introduction in quantitative biology, Peter-GU, 2011, p. 66.

In the table 9 the number of the Kazakhstan citizens who have left abroad, is presented in the first column and form 6 groups (Russia, Kyrgyzstan, Uzbekistan, China, Turkey, the United Arab Emirates). The dispersion analysis looks as follows:

Table 10

Dispersion analysis

Variation source	SS	df	MS	F	P-value	F critical
Between the groups	2,33003E+13	5	4,66E+12	9,681655232	1,39539E-05	2,533554545
Inside the groups	1,44399E+13	30	4,81E+11			
Total	3,77402E+13	35				

Note. Compiled by the author based on Ivanter E.V., Korosov A.V. Introduction in quantitative biology, Peter-GU, 2011, p. 66.

According to the table 10, F criterion is equal 9,681655232. Let's find approximate equal in the table of values of R.Fischer — during the period from 2007 to 2012 influence growth/reduction of number of leaving citizens of the Republic of Kazakhstan abroad, therefore, action of this factor considerably.

In the described examples of factors of the visited/left tourists defining quantity can be a little. Considering this Republic of Kazakhstan, they can be the following:

- social and economic development;
- carrying out number of actions of the international value (OSCE, 7th Winter Asian Games, Economic forum, Energy forum of «Kazenergy», etc.);
- increase of a living standard of the population;
- political stability;
- visit native, relatives and friends;
- trip business, earnings;
- return to the historical homeland of citizens of the Republic Kazakhstan/departure living in the Republic of Kazakhstan on the historical homeland;
- foreign investment activity, etc.

Conclusion.

In literature it is often mentioned that the one-factorial dispersive analysis gives not the exact characteristic of a contribution of a factor in the general variability and for it, it is necessary to count a certain amendment. Secondly, the statement «a factor influences with force of 25 %» transfers nothing, except impression about not so great influence of a factor. It would be much more interesting to give a forecast of possible values of a productive sign at this or that level of action of a factor. Thirdly, applying the dispersion analysis, it is important to mean always: in spite of the fact that Fischer's criterion uses dispersions, selective averages arithmetic are compared with each other [7].

It should be noted that the made analysis of influence of the period from 2007 to 2012 on number of the tourists who have driven and left abroad is quite great. Having idea of economic development of the Republic of Kazakhstan, it is possible to claim that the listed possible factors have strong influence on variability of visitors and tourists in the country.

However further effective development of tourism in the Republic of Kazakhstan is closely connected with search of optimum ways of the maximum use of its potential opportunities [8]. The solution of this problem is impossible without improvement of qualitative structure and rational use of the most tourist potential. In this regard there is a problem of ensuring further effective development of the Kazakhstan tourism at the expense of improvement of use of its potential. Tourist potential is defined by the volume of used resources, their structure and realization opportunities. It is characterized by existence of natural and climatic resources (resource potential), quantity of qualified personnel, quality of their preparation, quantity and quality of necessary information, level of technical equipment.

Tourist potential is defined by the volume of used resources, their structure and realization opportunities. It is characterized by existence of natural and climatic resources (resource potential), quantity of qualified personnel, quality of their preparation, quantity and quality of necessary information, level of technical equipment.

Formation of tourist potential can't be considered as end in itself or as a result of a certain development of society. It is the integral component of economic potential and is created for the most effective development of national economy and ensuring its steady growth. Proceeding from told, tourist potential should be considered as: source and factor of growth of national wealth and economic power of the country; generalizing indicator of efficiency of functioning of a tourist complex of the Republic of Kazakhstan [9].

References

- 1 *Bizhanov, M.* (2008). Introduction in tourism. The 9th edition. Gerda.
- 2 The «Kazakhstan-2030» Strategy for development, Official site of the President of the Republic of Kazakhstan, www.akorda.kz
- 3 The Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan: www.stat.kz
- 4 *Suraganova S., Bekbulatova A.* perspectives of the Development of the tourist service market in the Republic of Kazakhstan, Management sciences in Kazakhstan and in Poland at the beginning of the 21 century — perspectives for development and cooperation, Cracow School of Business, Cracow University of Economics, 2012, p.49.

- 5 *Ivanter E.V., Korosov A.V.* Introduction in quantitative biology, Peter-GU publishing house, 2011.
- 6 *Yelisseyeva I., Iuzbashev M.* General theory of statistics, Finance and statistics publishing house, 2005. — P. 54.
- 7 *Kai-Erik Peiponen, E.M.* (1999). Dispersion. complex analysis and optical spectroscopy: Classical theory.
- 8 *U.Temnyi, L.T.* (2003). Tourism Economics. Textbook.
- 9 *P.Figini, L.V.* (2010, December). Tourism and growth in a cross section of countries. Tourism economics. — Vol. 16. — № 4.

А.Бисеков, А.Бекболатова, Д.Әлімбеков

Қазақстан Республикасында туризм саласының дамуына дисперсиондық талдау

Мақалада Қазақстан Республикасы тәуелсіздік алғаннан кейінгі қысқа мерзім ішінде экономиканың барлық секторлары даму үстінде екендігі көрсетілген. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың «Қазақстан–2030» Жолдауында табиғи энергетика ресурстарын өндіруден басқа, туризм саласына да үлкен көңіл бөлінген. Авторлардың пікірінше, туризм саласының даму тұжырымдамасына сәйкес мемлекет экономикасына үш оң әсері бар: біріншіден, шетелдік қаражаттың құйылуын қамтамасыз етіп, экспорт пен төлем балансы сияқты экономикалық көрсеткіштеріне оң әсері, екіншіден, жұмыспен қамту деңгейінің артуы, үшіншіден, мемлекеттің инфрақұрылымының дамуы. Осы жұмыс Қазақстан Республикасында туризмнің қалыптасуы мен дамуын, жалғыз факторлық дисперсиялық талдауды қолданып, зерттеуге бағытталған.

А.Бисеков, А.Бекбулатова, Д.Алимбеков

Дисперсионный анализ развития отрасли туризма в Республике Казахстан

В статье отмечено, что в течение довольно короткого промежутка времени после получения независимости Республика Казахстан переживает перемены в развитии всех экономических секторов. В Послании Президента Н.Назарбаева «Казахстан–2030», помимо производства естественных энергетических ресурсов, ассигнование получила также отрасль туризма. Авторами отмечено, что согласно концепции развития туризма в Республике Казахстан, эта отрасль способна оказать положительный эффект на экономику страны, в том числе: обеспечить приток иностранной валюты; положительно влиять на такие экономические показатели, как платежный баланс и совокупный экспорт; способствовать увеличению занятости населения и развитию инфраструктуры страны. Данная работа посвящена изучению развития и становления туризма в Республике Казахстан при использовании одnofакторного дисперсионного анализа.

С.К.Базарова, Т.К.Рақымжанова

Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті

Лизингтік мүлікпен ұштасатын тәуекелдерді басқару

Мақалада «лизинг» түсінігі, Қазақстанның лизинг нарығының жағдайы, лизингтік операциялардағы тәуекелдердің түрлері қарастырылып, жоба тәуекелдердің көрсеткіштерін есептеу әдістемелері ұсынылды. Лизингтік мүлікпен ұштасатын тәуекелдікті басқару қазақстандық лизинг нарығындағы мәселелерді шешудің және оны дамытудың бір жолы болып табылады. Қазақстандық лизингтік бизнестегі тәуекелдерді азайтудың объективті мәселелері айқындалып, қазақстандық лизинг нарығы үшін тәуекелдерді басқарудың жаңа мүмкіндіктері көрсетілген.

Кілтті сөздер: лизинг, компаниялар, өңдеу, тәуекелдер, лизингтік төлемдер.

Лизинг экономикалық-құқықтық категория ретінде — уақытша бос немесе тартылған қаржылық құралдарды инвестициялауға бағытталған кәсіпкерлік қызметтің ерекше түрі, ол қаржылық жалдың (лизингтің) келісім-шарты бойынша жалға беруші (лизинг беруші) келісім-шартпен бекітілген мүлікті белгілі бір сатушыдан алып, сол мүлікті кәсіпкерлік мақсатта жалға алушыға (лизинг алушыға) уақытша қолданысқа белгілі бір ақымен беру болып табылады.

Лизинг — қызмет көрсету саласындағы кәсіпкерлік, коммерциялық қызметтің, бизнестің салыстырмалы түрдегі жаңа нысаны, және ол әлемдік экономикада едәуір қарқынды дамуда.

Лизинг өзінің мазмұнымен несиелік қатынастарға сәйкес келеді. Әдетте, лизинг несиелен салыстырылады, ол осы екі қаржы құралының белгілі бір ұқсастығымен шарттастырылған. Мәселен, лизингтік жобаның несиелік құрылымы бір-бірімен байланысқан екі бөліктен — лизинг берушінің несиесі және лизинг алушының тікелей лизингінен тұрады. Лизинг беруші, іс жүзінде, қаржы делдалы, лизинг алушы алынатын активтерді өндірістік мақсаттарда пайдаланатын және займ бойынша қарызды төлейтін шынайы заемшы болып табылады [1].

Лизингтік жүйені қаржыландырудың тікелей несиелеуден негізгі ерекшелігінің мәні банк пен лизинг алушы арасында қаржылық лизинг беруші-делдалдың болуында жатыр. Несиелеудің жалпы мойындалған тәжірибесі бұл жерде толық сақталғанымен, алайда жобаны талдау күрделенеді, себебі мәмілеге қатысатын тараптардың мүдделерін ескеруге тура келеді.

Лизинг шағын және орта кәсіпорындар үшін өте маңызды, бұл нарық үлесінің неғұрлым жақсы өсіп келе жатқандығын білдіреді. Компаниялардың өзін-өзі қаржыландыруын зерттеу көрсеткендей, фирма әдетте негізгі үш капитал көзін пайдаланады. Алайда көптеген дамушы елдердегі капитал нарығы салыстырмалы түрде аса дамымаған, ал банктер (толық түсінікті жағдайлар бойынша) әдетте ақшаны қарызға бергенде сенімді кепілдік бере алатын ірі фирмаларға артықшылық береді. Банктер жедел несиелерді де аса бергілері келмейді. Жаңа немесе шағын фирмалар сенімді материалдық қамсыздандырусыз (немесе меншікті қайтаруға қатысты тиімді заңдары жоқ елдерде орналасқан) әдетте кең банк несиелеріне қол жеткізе алмайды; осылайша, жабдықтаушылардың лизингі мен несиесі олардың бірден бір қаржылық опционы болып табылады [2].

Қазіргі таңда Қазақстан Республикасындағы лизингтік нарықта ресми тіркелген 48 лизингтік компания жұмыс істейді. Олардың негізгі лизинг нысаны болып ауыл шаруашылық техникасы, көлік құралдары, жол құрылыс нысандары, құрылыс техникасы, мұнай өңдеу техникалары, байланыс, тамақ өнеркәсібінің құрылғылары және тағы басқалары табылып отыр.

Нарықтың даму беталысының бірі келісім-шарттар құны мен лизингтік мәмілелер санының өсуі болып табылады. Қазақстан Республикасының статистикалық мәліметтері бойынша, 2011 жылы әрекет ету кезеңдері бойынша лизингтік шарттардың жалпы құны 80,085396 мың теңгені құрады, ең маңызды салалар болып ауыл шаруашылығы — 39 % шарттардың жалпы құнынан, өңдеу өнеркәсібі — 27, көлік және қоймалау — 10, ақпарат және байланыс 6 % табылды (1-сур.). Мұны мемлекетіміздің ауыл шаруашылығын дамытуға деген көптеген бағдарламаларымен қолдауымен түсіндіруге болады.



1-сурет. Қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестиция құрылымы

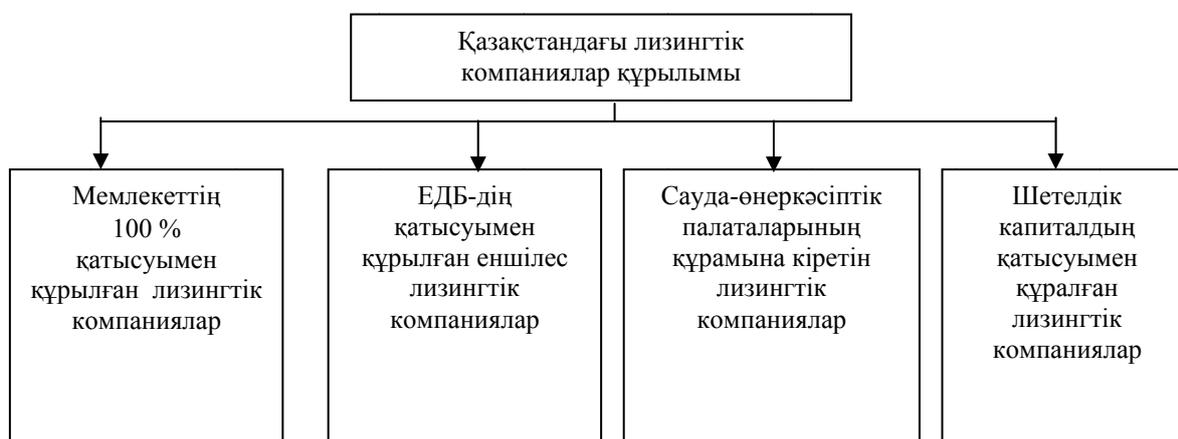
Есепті кезеңде ең белсенді лизингтік ұйымдар Астана, Алматы қалаларында болды, лизингтік шарттардың жалпы республикалық көлемдегі үлесі тиісінше 58,6 және 30,4 % құрады [3].

Қазақстанда қызмет ететін лизингтік компанияларды келесі белгілеріне қарай жіктеуге болады (2-сур.). Мұндағы мемлекеттік лизингтік компанияларға «ҚазАгроФинанс» және «БРК-Лизинг» компаниялары жатады.

Екінші деңгейдегі банктердің еншілес компаниялары ретінде құралған лизингтік компаниялар келесілер: «Альянс Лизинг» АҚ; «БТА ORIX Лизинг» АҚ; «Халық Лизинг» АҚ; «Центр Лизинг» ЖШС; «НұрИнвест Лизинг» ЖШС; «Темірлизинг» АҚ; «АТФ Лизинг» АҚ; «Альфа Лизинг Компаниясы» ЖШС.

Лизингтік нарықтың мұндай қарқынмен дамуы өндірістің негізгі құралдарының жоғары дәрежеде тозуы, жаңа өндірістің дамуы алдыңғы жылдардағы қарқынды құрылыстың дамуымен, сондай-ақ мемлекеттің қолдауымен тікелей байланысты.

Бірақ Қазақстанда біршама лизингтік операциялардың көлемі өскенімен, лизинг негізгі құралдардың жаңаруын қаржыландырудың толыққанды құралына айнала алмай отырғандығы жасырын емес.



2-сурет. Қазақстандағы лизингтік компаниялар құрылымы

Лизингтік мәміле — жалға алуды, келісім-шарт жасасуды, лизингтік қызметтер көрсетуді, сонымен қатар инвестициялық жобаны қамтитын күрделі механизм. Лизингтік қызмет кәсіпкерлік және инвестициялық қызметтердің бір түрі болып табылғандықтан, лизингтік қызметті жүзеге асыру кезінде лизингтік мәмілеге қатысушылар көптеген объективті және субъективті себептерге байланысты әр түрлі тәуекелділіктерге барады [2].

Лизингтік компаниялардың қызмет үрдістерінде кездестіретін тәуекелділіктерінің көбі барлығы үшін ортақ және тәуекелділіктен күтетін ықтималдықтары да бірдей. Тәуекелділік — бұл анықталмаған жағдайларға байланысты зиян шегу немесе белгіленген мөлшердегі табысты алмау қаупі. Тәуекел — бұл күрделі және көп аспектілі санат. Анағұрлым орташа жағдайдың анық еместігі

салдарынан шығындардың туындауын немесе табыстарды толық алмау мүмкіндігін тәуекел деп түсінеді. Бірақ, осы тәуекелділіктен шығу жолдары лизингтік компаниялардың лизингтік қатынастардағы тәуекелділікті басқару әдістеріне байланысты болғандықтан, әр компания үшін әр түрлі. Өз қызметі барысында лизингтік компаниялардың тап болған тәуекелдерін екі топқа бөлуге болады: қазақстандық нарықта жұмыс жасап жатқан барлық кәсіпорындар тап болатын жалпы және ерекше. Өкінішке орай, лизингтік қатынастарда бұл тәуекелдердің барлық түрлері баршылық.

Бүгінгі күнде көптеген компаниялардың несие қоржынының сапасы үлкен үміт күттіретіндігі және Қазақстандағы капитал айналымы ауқымды болмағандықтан, лизингтік компания үшін бір нашар лизингтік мәміле қатерлі болуы мүмкіндігі қазақстандық лизингтік компаниялардағы лизингтік қатынастар кезінде тәуекелдерді басқарудың өзіне тән ерекшелігі болып табылады [4].

Егер экономикасы дамыған елдерде тәуекелдерді басқару ғылым болып саналса, Қазақстанда қауіптерді басқару неғұрлым икемді әдісті талап етеді. Бәрімізге белгілі, қазақстандық лизингтік компаниялардың лизингтік мәміле бойынша барлық тәуекелдерді дерлік жабуға мәжбүр. Егер олар нақты лизинг алушыға байланысты тәуекелдерді тәптіштеп және жедел анықтай алатын болса, онда олар лизингтік шарт бойынша тиісті сыйақыны да анықтай алатын болады. Бұл лизинг берушінің несие қоржынының сапасын жақсартады, мәміле құнын төмендетеді және лизинг алушылардың қаржылық жалға алуды неғұрлым белсенді пайдалануына және лизингтік секторды тұтасымен дамытуға ықпал ететін болады. Бұл үшін лизингтік компаниялар тәуекелдерді дұрыс бағалай және оларды басқара білуі керек.

Осыған байланысты лизингтік компанияның тәуекелдерін бағалауға және басқаруға кешенді әдісті ұсынамыз (3-сур.). Кез келген лизингтік компанияның тәуекелдерін бағалауға және басқаруға кешенді әдісті екі деңгейге бөлуге болады. Бірінші деңгей — нақты мәміле тәуекелдерін басқаруды бағалау. Екінші деңгей — лизингтік компанияның қызметіне байланысты тәуекелдер.

Бірінші деңгейде нақты мәміленің тәуекелдері қарастырылады. Жеке алғанда:

Тәуекелдердің бірінші тобы, бұл лизинг объектісінің жеткізіп берушілерімен байланысты тәуекелдер. Қазақстандық нарықта бұл өте күрделі мәселе болып табылады, өйткені қазақстандық лизингтік компаниялар шетелдік те, қазақстандық та жабдықтарды жеткізіп берушілермен жұмыс жасайды. Шетелдік жеткізіп берушілермен жұмыс кезінде лизингтік компанияның сыртқы сауда қызметін сауатты ұйымдастыру да маңызды. Бұл тәуекелдерді көру, оларды жою және басқару керек. Мұндай сауатты жұмыс компанияның тәуекелін төмендетуге ғана емес, тіпті оларды нөлге келтіруге де, қосымша пайда және қосымша кепілдіктер алуға әкеледі.

1-деңгей. Нақты мәміле тәуекелдері	2-деңгей. Лизингтік компанияның барлық тәуекелдері
1-топ жабдықтарды жеткізіп берушілермен байланысты	
2-топ мүліктің өтімділігіне байланысты	
3-топ лизинг алушының төлем қабілеттігінің жоғалу мүмкіндігімен байланысты	

3-сурет. Лизингтік компанияның тәуекелдерін бағалауға және басқаруға кешенді әдіс

Тәуекелдердің екінші тобы лизинг объектілеріне байланысты тәуекелдер. Лизингтік компания лизинг объектісінің қалдық құнын қалай басқара алатындығын және лизингтік мәміле бұзылған жағдайда шығындардың орнын қалай толтыра алатындығын түсінуі тиіс. Бұл жерде лизинг объектісінің моральді ескіру тәуекелдері бар және лизингтік компания үшін лизинг алушыға лизинг объектісі қаншалықты бағалы екендігін және ол нарықта қаншалықты тез моральді ескіретіндігін болжау өте маңызды. Бұл үшін қамтамасыз етудің тарату құнының жойылуына байланысты «тәуекелдер» ұғымы қолданылады. Тарату құны — мүлік иесі өзінің құқығын іске асырған жағдайда алатын ақша қаражаттары [4].

Лизинг алушының төлем қабілеттігін жоғалтуына байланысты *үшінші тәуекелдер тобы*. Бүгінгі күнде бұл тәуекелдерді сыртқы және ішкі тәуекелдер деп сипаттауға болатын екі үлкен санатқа бөлінеді:

I-санат — *сыртқы тәуекелдер*: «Қаржы лизингі туралы» Қазақстан Республикасының заңындағы өзгерістер; лизинг алушыға өзінің міндеттерін орындауға немесе күнделікті қызметін жүзеге асыруға кедергі келтіретін әкімшілік тәуекелдер (лицензиялаумен, реттеуші және қадағалаушы ведомстволардың рұқсатын алумен байланысты мәселелер); мемлекеттік мекемелер мен атқарушы

органдардың заңсыз әрекеттері (салық полициясының, полицияның және т.б.); салық жүйесінің жетік дамымауы; саяси және әлеуметтік жағдай; ақшаның құнсыздануы; лизинг алушының жұмыс жасайтын саласындағы және нарық сегментіндегі бәсекеге қабілеттігі; баға белгіленімі және кооперациялық байланыстар: шикізат, материалдарды жеткізіп берушілер және лизинг алушы өнімдерін тұтынушылар; форс-мажорлық жағдайлар;

II-санат — *ішкі тәуекелдер*: лизинг алушының төлем қабілеттігін жоғалтуы; лизинг алушы компаниясының менеджменті, басқару сапасы; лизингке алынған жабдықта жұмыс жасайтын маманның біліктілігі, өндіріс технологиясын сақтау; лизинг шарты бойынша өзінің міндеттемелерін орындаудан бас тарту бойынша лизинг алушының алаяқтығы, қасақана әрекеті.

Екінші деңгейді лизингтік компанияның қызметімен байланысты тәуекелдер құрайды.

Біріншіден, бұл лизингтік компанияның шарттар қоржынын құрумен байланысты тәуекелдер. Қаржы лизингімен айналысатын әмбебап лизингтік компанияда шарттар қоржынының тәуекелі минималды, өйткені ол мәмілелерді салалар бойынша орналастырады, егер бір сала қандай да бір болмасын экономикалық себептердің күшімен шығынды болатын болса, компания басқа салада ұтады.

Шарттар қоржыны тәуекелдері түрлі жолдармен бағаланады: кейбір лизингтік компаниялар түрлі рейтингтік жүйелерді енгізуде, бірақ ол жүйелердің біреуі де Қазақстанда сирек қолданады. Сонымен қатар салалар бойынша бөлуді енгізіп, бір салаға 20–30 % астам мәміле салмауды енгізуге болады.

Қазақстанда қайта қаржыландыруға байланысты тәуекелдерді де қарастыру керек. Бұл қазақстандық банктер, әдеттегідей ауытқымалы мөлшерлеме бойынша несиелендіруді жүзеге асыратындығымен байланысты.

Тәуекелдерге жүйелі түрде қарау керек және жекелеген тәуекелдерді ғана емес, барлық тәуекелдерді тұтастай мәміле бойынша да, компанияның барлық қызметі бойынша да қарап, оларды жою маңызды.

Лизингтік қызметке байланысты тәуекелдерді талдауға жоғарыда келтірілген кешенді әдіс менеджмент тәуекелі теориясы көзқарасы тарапынан өте қолайлы көрінеді. Ал аталған үлгілерді практикада іске асыру үшін тәуекелдерді басқарудағы қазақстандық практикада әзірге аз қолданылатын әдістерді қарастыруға болады:

1. *Авансты немесе кепілді пайдалану* лизингтік шарттың кең тараған қосымшасы болып табылады. Клиенттердің несиені өтеу қабілеттілігі мен сенімділігін анықтаудың тиімді жүйесі және төлемеген жағдайда жабдықтарды тездетіп қайтару тетігі жоқ кезінде авансты немесе кепілді пайдалану өте маңызды. Уақытылы төлемді қамтамасыз ету үшін тұрақсыздықтар мен айыппұлдар қолданылады. Төлемеген жағдайда лизинг беруші мүмкіндігіне жабдықтарды жеңілдікпен сатып алуға келісім бере алатын жабдықтарды жеткізіп берушілермен әрі қарай шарт жасаса алады.

2. *Лизингтік компанияның клиенті сол лизингтік компанияның құрылтай-банкінде шоттарын жүргізуін талап ететін негізгі акционері банк болып табылатын* лизингтік компаниялар пайдаланатын тәуекелдер деңгейін төмендетудің кең қолданылатын практикасы болып табылады. Бұл жағдайда төлеушіліктер туындаған кезде банк қарызгер-клиенттің шоттарын жаба алады.

3. *Бақылау және қадағалауды жүзеге асыру* арқылы тәуекел деңгейі төмендеуі мүмкін. Лизингтік компанияның жарғылық капиталында ірі үлеске ие кейбір банктер әлеуетті клиенттерден алынатын өтінімдер банктің несие беру бөлімімен қарастырылғандығын талап етеді. Банктің инвестициялық комитеті банктің еншілес құрамы болып табылатын банктің несие беру бөлімі мен лизингтік компанияға талдау үшін толық ақпаратты ұсынатын мұндай практикасы кең таралған. Тиісті талдау жүргізілгеннен кейін, банк әр нақты жағдайда несие беру керек пе немесе лизингтік мәміле жасасу керек пе қайсысы қолайлы, сол туралы өзінің ұсыныстарын береді.

Кейбір лизингтік компаниялар лизинг шарты бойынша жабдықтарды беруге өтінімдерді оны банктің несие беру бөлімі мақұлдағанынша көрмейді де. Кейбір лизингтік компанияларға белгілі бір шекте болғанмен, лизингтің мәмілелер жасасу туралы шешім қабылдауда белгілі бір тәуелсіздік берілген.

4. *Лизингтік компаниялар мемлекеттік кепілдіктерді пайдалана отырып, мәмілені қауіпсіздендіруге тырысады.* Мәселен, егер аймақтық әкімшілік аймақтағы нақты бір зауыт қуаттылығының артуына айрықша назар аударатын болса, ол лизинг алушының өзінің шартты міндеттемелерін бұзған кезде тиесілі лизингтік төлемдерінің төленуін қамтамасыз ететін лизингтік шартқа кепілдік бере алады.

Алайда мұндай кепілдіктер әкімшілік өздерінің тікелей қызметтерін атқару үшін қажетті қаражаттардың жетіспеушілігін бастан кешіріп отырғандықтан, мұндай кепілдіктер әлсіз жұбату болып табылады.

5. *Лизингтік шартты* (соның ішінде лизинг алушылар төлемеген жағдайына қаржы тәуекелдерін) *сақтандыру*. Бұл қызмет түрі Қазақстанда аса қымбат: жабдықтың жалпы құнының 10 пайызынан 15 пайызына дейін. Сақтандыру компаниясын таңдау — одан да күрделі мәселе. Сенімсіз сақтандыру компаниялары шағын және орташа кәсіпорындарды оңайлықпен жаңылыстыра алады. Бұған қоса, егер компания сақтандыруды өзі қамтамасыз ететін болса, ол сақтандыру аударымдарының уақытылы жүргізілетіндігіне кепілдікті қамтамасыз ететін болады.

Жоғарыда келтірілген әдістердің біреуі де, олардың барлығын қоса алғанда мәмілені қымбаттатуға апара отырып және/немесе лизингтік қатынастың бір қатысушысынан басқасына жауапкершілікті аударуға әкеле отырып, тәуекелдерді тиімді басқару мәселелерін шешпейді.

Демек, қаржы лизингін жасасу кезіне лизинг беруші шарттың қолданылу мерзіміне түрлі макроэкономика факторларының әсер етуімен өзінің көрсететін қызметіне бағалардың өзгеруінен сақтандырылады. Мүлікті оперативті лизингке тапсырған жағдайда лизинг беруші табыстың неғұрлым жоғары көлеміне сене отырып, көпшілік деңгейде баға тәуекеліне душар болады.

Ықтималдылық теориясына сәйкес лизингтік қызмет көрсетулердің баға тәуекелдерінің жалпы көрсеткіштері төмендегідей болады:

1. Лизингтік төлемнің күтілген мөлшерінің дисперсиясын өлшейтін стандартты (орташа квадратты) ауытқу:

$$G = \sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{(S_i - \bar{S})^2}{n}}, \quad (1)$$

мұндағы:

n — лизингтік мәмілелер саны; S_i — i мәмілесіндегі төлемдер ауқымының маңыздылығы; \bar{S} — лизингтік төлемнің орташа мағынасы.

2. Лизингтік төлемдер мөлшерінің шашыраңқылығының салыстырмалы мәнін көрсететін сан алуандылық коэффициенті; саналуандылық коэффициенті жоғары болған сайын тәуекел де жоғарылайды:

$$K_v = \frac{G}{\bar{S}}. \quad (2)$$

3. Әр нұсқа бойынша тәуекел мына формула бойынша есептеледі:

$$R = \frac{(S_{\max} - S_n)^2}{(S_{\max} - S_{\min})(S_{\max} - \bar{S}_i)}, \quad (3)$$

мұнда S_{\max} , S_{\min} , S_n — сәйкесінше лизингтік төлемдердің максималды, минималды және болжанған ауқымы.

Лизингтік мәмілені іске асыру кезінде туындауы мүмкін тәуекелдерді лизинг берушінің тәуекелдері және лизинг алушының тәуекелдері деп екі бөлікке бөлуге болады, ал бірақ олар өзара тығыз байланыста және біреуінің туындауы тәуекелдің басқа түрінің туындауына алып келуі мүмкін [4].

Әр лизинг берушінің мүддесі жобалар бойынша өздерінің тәуекелдерін қысқартуда жатыр. Тәуекелдерді қысқарту әдістері лизингтік қатынастардың жеке қатысушысы үшін қарапайым — тәуекел деңгейін төмендету жоба қатысушылары арасында оны бөлу арқылы жүзеге асырылады.

Лизингтік операциялар кезінде тәуекелдерді бөлу түрлі қаржы институттарының капиталын тарту есебінен қамтамасыз етілуі мүмкін, алайда мәмілеге бір немесе бірнеше серіктесті тарту тек кепілге сыйақыға материалдық шығындармен ғана емес, уақытшамен де байланысты, өйткені кез келген банк сол не өзге жобаға кепілдік берер алдында аталған жобаның барлық аспектілерін егжей-тегжейлі зерттейді, бұл да коммерциялық маңызды ақпараттың тарауына апарады.

Лизингтік мәміле бойынша тәуекелдер дұрыс бағаланса да, Қазақстанда лизингтің дамуы негізі, көбіне лизингтік операциялар душар болуы мүмкін қаржы тәуекелдерін қысқартатын сенімді кепілдерге байланысты. Лизинг берушілерге лизингтік төлемдердің уақытылы қайтарылуына кепілдік алу, лизинг алушының уақытша немесе толық төлеу қабілетсіздігі салдарынан туындаған міндеттемелерді орындамау нәтижесінде шығындардан сақтандыру қорғанысын жасау маңызды.

Қаржы тәуекелдерін бөлуді қамтамасыз ету, сонымен қатар лизингтік операциялардың кепілі ретінде лизингті қолдаудың қазақстандық және аймақтық қорларының қатысуымен іске асырылуы

мүмкін. Осы қорлар негізінде мәнісіне қарай қызметтері лизингке берілетін мүлікті сақтандыруға және лизингтік төлемдердің қайтарылуын сақтандыруға бағытталған қуатты мамандандырылған сақтандыру компаниялары болып табылады.

Мемлекет кепілдігі сәтті шаруашылық жүргізуде сенімді негізді білдіреді, алайда оның тарапынан кепілдік беру тәжірибесін айрықша кеңейтуіне сенім білдіруге болмайтын шығар. Ол лизингтік жобалардың көпшілігі бойынша кепіл бере алмайды және беруі тиіс те емес. Ең қолайлы болған жағдайда мемлекеттің біртіндеп қатысуын күтуге болады.

Лизинг объектілерінің қайтарылмау мәселелеріне байланысты лизингке берілетін мүліктің қозғалмалық факторына назар аудару керек. Басқаша тең жағдайларда көлік құралдарын, өзі жүретін және тіркелімді машиналар мен механизмдерді, сондай-ақ жерге немесе ғимаратқа қатты бекітілмеген басқа да мүлікті қайтару мәселелері неғұрлым оңай шешіледі және оны лизинг берушіге заттай қайтару, көбіне, оларға шығыстарды мәміле объектісінің қайтарылатын қалдық құнымен салыстыруға болатын бұзуға және тасымалдауға байланысты емес. «Қалдық құн» ұғымына байланысты түсініктеме беру керек.

Лизинг берушіні, бірінші кезекте, лизингтік төлемдердің уақыттылығына кепілдік беру және шұғыл лизингтегі үзілістерде — объектінің заттай қайтарылуы не оның қайтарылатын қалдық құнын алуға кепілдік беру қызықтырады. Сондықтан лизинг берушілер мына ережелерді ұстануы тиіс: заттай қайтару құны олардың қайтарылатын қалдық құнына салыстырмалы объектілерді, сондай-ақ басқа рентерлерге пайдалануға тапсыру немесе жеке техникалық ерекшеліктері салдарынан нарықта өткізуде болашағы жоқ оңай орын ауыстырылатын объектілерді шұғыл лизингке тапсырмау.

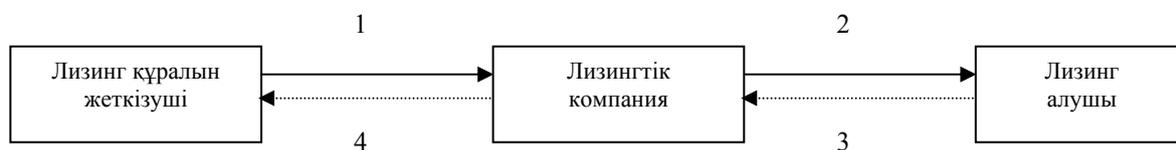
Лизингтік мүлікке байланысты тәуекелдерді ең аз мөлшерге жеткізуде лизингтік компаниялар мен жеткізушілердің өзара қатынастары маңызды. Коммерциялық тәуекелдердің артуы, инвестициялардың ағынына, соның ішінде лизингтік компаниялар арқылы ағынында теріс көрініс табады.

Жабдықтарды жеткізушілер үшін лизинг өзінің өнімін өткізуде тиімді әдіс болып табылады. Ал капиталдың жетіспеген дағдарыс жағдайында лизинг неғұрлым маңызды сату тетігіне айналады. Сондықтан лизинг беруші жоғарылатылған тәуекелге баруға дайын болмағандықтан, лизингтік қызмет көрсетулер нарығындағы белсенділіктің төмендеуіне жабдықты жеткізуші мүдделі емес.

Халықаралық тәжірибе жоғарылатылған коммерциялық тәуекелдер кезінде тәуекелдерді ең төмен деңгейге келтірудің неғұрлым оңтайлы шешімдерін іздеуде жеткізуші мен лизинг беруші өздерінің өзара қатынастарын қайта қарастыратындығын көрсетіп отыр. Өзінің қызметін төмендетіп алмау үшін жеткізуші мен лизинг беруші өзара коммерциялық тәуекелдерді бөлу туралы келісімге келеді.

Тәжірибеде неғұрлым кең тарағаны кері сатып алуға *кепілдік беру* болып табылады (*buy-back*) (4-сур.). Лизинг берушілер өздерінің инвестицияларына максималды кепілдік алуға ұмтыла отырып, көбіне жеткізушімен келісім-шартқа айрықша шарт ретінде мүлікті кері сатып алу мүмкіндігін енгізуді талап етеді.

Бұл рәсім *buy-back* деп аталады және тараптар, мәселен, егер лизинг алушы төлеуге қабілетсіз болса, лизинг бойынша төлей алмаса және мүлікті сатып ала алмаса қолданады. Мұндай жағдайда лизинг құралы жеткізушінің меншігіне қайтарылады және дисконтты есепке алғанда алдын ала уағдаласқан құн бойынша төленеді.



4-сурет. Лизингтік келісім-шарт бойынша *buy-back* сызбасы: лизинг құралын жеткізу; лизингтік келісім; лизинг құралын лизингтік компанияға қайтару; кері сатып алуға кепілдік

Жеткізушінің бірінші кепілдік түрі — лизинг беруші және жеткізуші арасында жасалған *қайталама іске асыру және ремаркетинг (remarketing agreement)* туралы шарт. Кепілдіктің бұл түрі жеткізушінің неғұрлым кең тараған нысаны болып табылады. Жеткізушінің екінші кепілдік түрі — *кейіннен сатып алу* туралы шарт (*guaranteed repurchase*), мұнда жеткізуші мен лизинг беруші алдын ала лизинг алушы төлем міндеттемелерін орындамаған жағдайда жеткізушінің лизинг берушіге

төлемдері көлемін анықтайтын бағалар кестесін келіседі. Бұл тәріздес кепілдік жеткізушіге қарағанда лизинг берушіге пайдалы.

Енді жеткізушінің үшінші кепілдік түрі — *бұл өтеуге кепілдік*, немесе *міндеттеме (vendor recourse)*. Бұл жағдайда лизинг алушы төлем міндеттемелерін орындамаған жағдайда жеткізуші лизингтік мәміледен белгілі бір пайызды лизинг берушіге төлеуге міндеттенеді. Кепілдіктің бұл түрінің жеткізуші үшін пайдасы аз және лизинг берушіге пайдалы. Өтемақы мөлшері бойынша жеткізуші кепілдігін кәдімгі үстеме кепілдік сомасымен салыстыруға болады.

Лизинг алушының төлем міндеттемелерін орындамау тәуекелі мәміледен қосымша пайдадан орны толтырылуы мүмкіндігіне сенімді болса, жеткізуші кейіннен сатып алу туралы шарт жасасуға барады. Сонымен қатар кейіннен сатып алу туралы шарт жеткізушіге жабдықты қайталама өткізуге мүмкіндік береді. Мұндай кепілдік нысаны жеткізушіге пайдалы екендігін ескеретін болсақ, кейіннен сатып алу туралы шарт негізінен жеткізушінің неғұрлым пайдалы клиенттерімен ғана жасалады.

Көңіл аударатын тағы бір жағдай, бұл аймақтық және жергілікті тәуекелдер. Кәсіпорын баланстары бойынша керемет көрсеткіштер болуы мүмкін, ешқандай тәуекел жоқ болып көрінуі мүмкін, алайда мұндай көрсеткіш аймақ бойынша нақты ақша көрсеткіштерімен сәйкес келмеуі мүмкін. Аталған аймақтың ұлттық мәселелермен де, ереуіл қозғалыстарымен де байланысты әлеуетті ушығу қаупін де ескеру керек, өйткені егер ереуіл нәтижесінде аса қауіпті кәсіпорындар көтерілетін болса, тіпті жергілікті сауданың өзін де бірден ауқымды шығындарға ұшырауына алып келеді [4].

Қазіргі кезде лизинг қатысушылары арасында тәуекелді үлестіретін келісім-шарттық механизмдерін пайдаланудың лизингтік тәуекелдерді коммерциялық банктер арасында бөлуді және қатысушылардың міндеттерін қамтамасыз етудің сақтандыру принциптерін пайдалану қажет деп санаймыз. Сонымен қатар Қазақстанның экономикалық дамуының қазіргі кезеңінде несиелік немесе лизингтік тәуекелді әртараптандырудың оңтайлы жолдарының біріне лизингтік операцияларды үйлестірілген тауарлы-ақша сызбасымен жүргізу тиімді. Мұнда инвестор ретінде лизингтің үш субъектісі болады: өндіруші, банк, лизинг алушы. Мұндай сызбамен лизингтік мәмілеге банктердің қатысуы олардың өз кезегінде лизингтік тәуекел түрлерін басқаруға арналған әдістерін дұрыс таңдауына көңіл аударуды қажет етеді [4].

Лизингтік бизнестің дамуы Қазақстан үшін инвестициялық үрдістің белсенділігін арттырудың, сонымен қатар өндірістің техникалық қайта қарулануының күшті импульсі мен экономиканың құрылымдық қайта құрылуының келешектегі ең маңызды бағыттарының бірі болуы тиіс.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Газман В.Д. Қаржылық лизинг. — М.: ЭЖМ МБ, 2003. — 392-б.
- 2 Макеева В.Г. Лизинг. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 191-б.
- 3 [ЭР]. Пайдалану режим: www.Stat.kz
- 4 Смагулов А.С. Лизинг және рентинг. — Алматы: Агроун-г баспасы, 2000. — 167-б.

С.К.Базарова, Т.К.Рахымжанова

Управление рисками, сопряженными с лизинговым имуществом

В статье рассмотрено понятие лизинга, проанализировано состояние лизингового рынка Казахстана, показаны виды рисков лизинговых операций, предложена методика расчета показателей рисков проекта. Определено, что управление рисками, сопряженными с лизинговым имуществом, — это как один из путей решения проблем, так и развитие Казахстанского рынка лизинга. Создано объективное представление об имеющихся проблемах минимизации рисков в казахстанском лизинговом бизнесе и предложены новые для казахстанского рынка лизинговых услуг возможности управления рисками.

S.K.Bazarova, T.K.Rahymzhanova

Manage risks associated with the property for lease

In this article the concept of leasing is considered and analyses of Kazakhstan's leasing market are given and types of leasing operations' risks are being under consideration, the method of risk index calculation is offered. Manage risks associated with the property for lease — is one of the ways of solving the problems and development of the Kazakhstan market of leasing. An objective view of existing problems for risk minimizing in leasing business of Kazakhstan is shown and for Kazakhstan's market of leasing new possibilities of risk management.

ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

УДК 658.15 (075.8)

А.А.Абаев

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Роль и место финансового менеджмента в современной хозяйственной среде

В статье описан понятийный аппарат финансового менеджмента, дана его общая схема, раскрыты основные разделы, проанализированы финансовый механизм и его структура. Отмечено, что важнейшей задачей финансового менеджмента является управление прибылью и рентабельностью. Отражено особое значение прибыли в нем. Уделено внимание управленческому учету в механизме финансового менеджмента.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, подсистема, финансы, финансовый механизм, структура, прибыль, рентабельность, управленческий учет.

Понятийный аппарат финансового менеджмента

Менеджмент в общем виде можно определить как систему экономического управления производством, которая включает совокупность принципов, методов, форм и приемов управления. Собственно к менеджменту относятся теория управления и практические образцы эффективного руководства, под которыми понимается искусство управления. Обе части имеют дело с управлением как комплексным и конкретным явлением [1–3].

Менеджмент во всех своих решениях руководствуется экономическими соображениями. Поэтому любое действие менеджмента — это мероприятие экономического характера. В основе менеджмента лежат целенаправленный *поиск*, *непрерывное обучение* и организация работы для наиболее эффективного использования всех ресурсов, в том числе финансовых. Финансовый менеджмент является частью общего менеджмента [4–6].

Финансовый менеджмент можно определить как систему рационального и эффективного использования капитала, как механизм управления движением финансовых ресурсов. Финансовый менеджмент направлен на увеличение финансовых ресурсов, инвестиций и наращивание объема капитала.

Финансовый менеджмент как система управления состоит из двух подсистем: управляемой подсистемы, или объекта управления, и управляющей подсистемы, или субъекта управления. Схематично это можно представить следующим образом (рис. 1).

Объектом управления в финансовом менеджменте является совокупность условий осуществления денежного оборота, кругооборота стоимости, движения финансовых ресурсов и финансовых отношений между хозяйствующими субъектами и их подразделениями в хозяйственном процессе. Субъект управления — это специальная группа людей (финансовая дирекция как аппарат управления, финансовый менеджер как управляющий), которая посредством различных форм управленческого воздействия осуществляет целенаправленное функционирование объекта.

Понятийный аппарат финансового менеджмента [8; 10, 11] включает:

1. Финансы. Они представляют собой совокупность денежных отношений в процессе создания и использования денежных фондов субъектов хозяйствования и государства. Существует четыре стадии процесса общественного воспроизводства:

- производство;
- обмен;
- распределение;
- потребление.

Потенциально финансовые ресурсы образуются на стадии производства, когда создается новая стоимость и осуществляется перенос старой. Однако реальное формирование финансовых ресурсов и финансовых отношений начинается на второй стадии — стадии обмена, когда стоимость реализуется. Именно на этой стадии устанавливается эквивалентность обмена с помощью стоимостных оценок, формируются денежные доходы и накопления, которые впоследствии распределяются и потребляются.

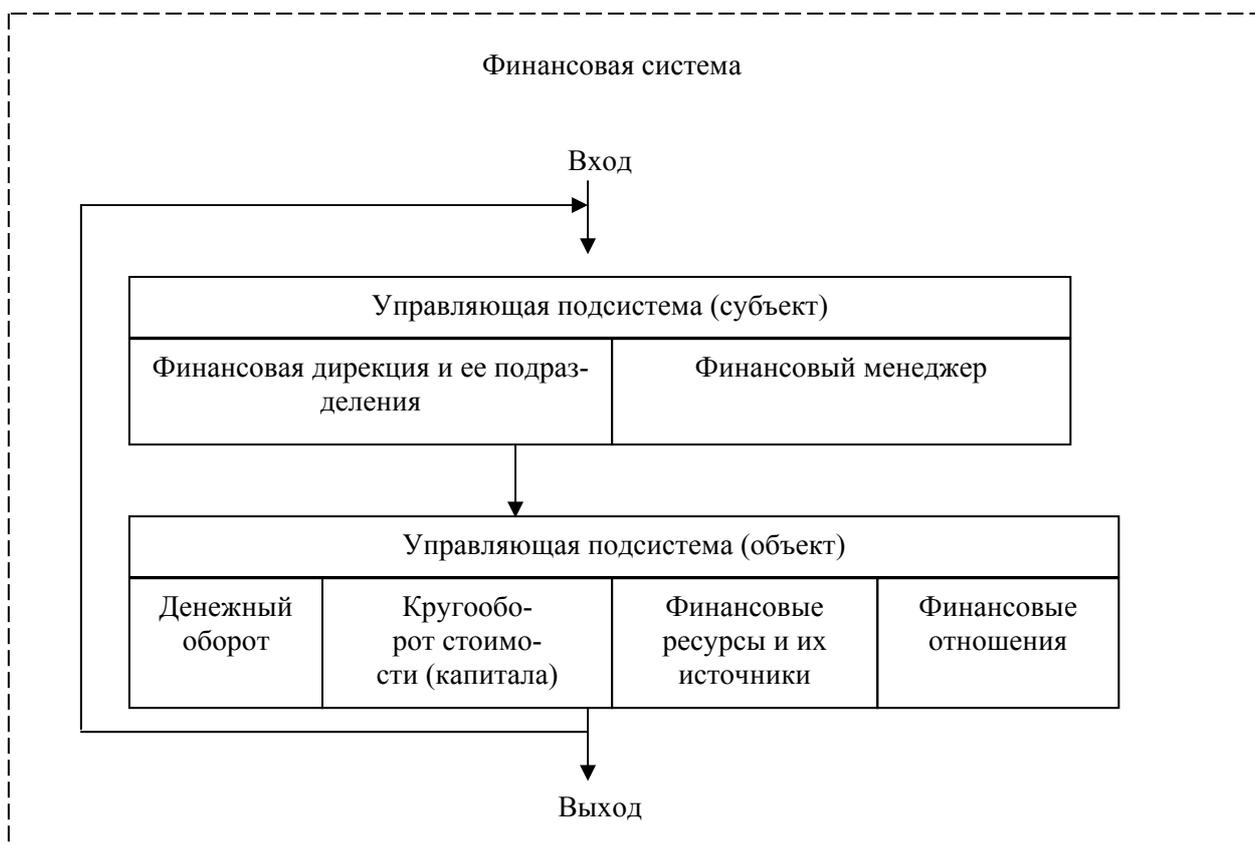


Рисунок 1. Общая схема финансового менеджмента (данные работы [7; 18])

2. В общей совокупности финансовых отношений можно выделить две основные финансовые сферы: финансы хозяйствующих субъектов и государственные финансы (система бюджетов и внебюджетных фондов). Предметом интересов финансового менеджмента является совокупность отношений, складывающихся в сфере финансов на внутрихозяйственном уровне.

3. Финансовые потоки — это кровеносная система хозяйствующего субъекта. Насколько хорошо функционирует эта система, настолько жизнеспособна организация. Рациональная постановка финансового менеджмента хозяйствующих субъектов — основа их конкурентоспособности.

4. Финансовая работа организации — это не только выполнение обязательств перед бюджетом, банками, поставщиками, своими работниками, но и управление финансами, которое предполагает:

- разработку определенной стратегии и тактики на основе финансового анализа и всесторонней оценки его результатов;
- прогнозирование доходов и расходов, изменения структуры активов и пассивов, изменения объема и структуры стоимости реализуемых товаров, продукции, работ и услуг;
- расчет нормы и массы прибыли по видам деятельности;
- обеспечение сбалансированности вложения финансовых ресурсов в материально-вещественные, трудовые и иные факторы производства.

Основные разделы финансового менеджмента

Финансовый менеджмент включает в себя ряд разделов [9; 6, 7].

1. Анализ финансового положения фирмы и принятие соответствующих решений на этой основе. В этом анализе можно выделить два подраздела:

а) оценка изменений финансового положения фирмы. Она заключается в том, что на основе ряда форм финансовой отчетности финансовый менеджер устанавливает, как изменились отдельные статьи финансовых отчетов, выявляет неблагоприятные тенденции и принимает меры к их устранению;

б) анализ финансовых коэффициентов. Он состоит в том, что на основе финансовых отчетов может быть рассчитан целый ряд показателей, характеризующих ту или иную сторону деятельности фирмы. Сопоставление этих показателей в динамике, а также сравнение их с общеотраслевыми показателями (если таковые имеются) помогает принимать правильные решения.

2. Управление краткосрочными финансовыми ресурсами. Речь идет о том, что фирма должна иметь определенное количество наличных средств для того, чтобы выполнять свои текущие обязательства.

Если этих средств недостаточно, финансовый менеджер должен обеспечить своевременное получение кредитов. В то же время избыточные средства должны находиться в обороте, чтобы приносить дополнительный доход фирме.

3. Планирование использования долгосрочных финансовых ресурсов (так называемое «капитальное бюджетирование»). Это направление связано, прежде всего, с разработкой и финансовой оценкой новых инвестиционных проектов с учетом изменения «стоимости денег» во времени, с выбором способов финансирования этих проектов (реинвестирование прибыли, увеличение акционерного капитала или выпуск облигаций).

4. Анализ возможных рисков. Финансовый менеджер должен оценить вероятность развития событий и степень риска при осуществлении того или иного проекта.

Финансовый механизм и его структура

Финансы — это не только экономическая категория, одновременно они выступают инструментом воздействия на производственно-торговый процесс хозяйствующего субъекта. Это воздействие осуществляется через финансовый механизм — систему действия финансовых рычагов, выражающую в организации, планировании и стимулировании использования финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы предприятия — это денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, вложений в расширенное воспроизводство, для стимулирования работающих. Первоначальное формирование финансовых ресурсов происходит в момент организации предприятия и образования уставного капитала. Его источниками, в зависимости от организационно-правовых форм хозяйствования, выступают: акционерный капитал, паевые взносы, долгосрочный кредит, бюджетные средства, прочие поступления. Величина уставного капитала показывает размер тех денежных средств — основных и оборотных, которые инвестированы в процессе производства. Основным источником финансовых ресурсов на действующих предприятиях выступает стоимость реализованной продукции (оказанных услуг), различные части которой в процессе распределения выручки принимают форму денежных доходов и накоплений.

Финансовые ресурсы формируются, главным образом, за счет прибыли и амортизационных отчислений. Наряду с ними источниками финансовых ресурсов выступают: выручка от реализации бывшего имущества; устойчивые пассивы; целевые поступления; мобилизация внутренних ресурсов [10; 305].

В структуру финансового механизма входят пять взаимосвязанных элементов: финансовые методы, финансовые рычаги, правовое, нормативное и информационное обеспечение [7; 29].

Финансовый метод можно определить как способ воздействия финансовых отношений на хозяйственный процесс. Финансовые методы действуют в двух направлениях: по линии управления движением финансовых ресурсов и по линии рыночных коммерческих отношений, связанных с соизмерением затрат и результатов с материальными стимулированием и ответственностью за эффективное использование денежных фондов.

Функции финансов в сфере производства и обращения тесно связаны с коммерческим расчетом. Коммерческий расчет представляет собой соизмерение в денежной (стоимостной) форме затрат и результатов хозяйственной деятельности. Целью применения коммерческого расчета является получение максимальных доходов или прибыли при минимальных затратах капитала в условиях конкурентной борьбы. Реализация указанной цели требует соизмерения размеров вложенного (авансированного) в производственно-торговую деятельность капитала с финансовыми результатами этой деятельности.

Финансовый рычаг представляет собой прием действия финансового метода. К финансовым рычагам относятся прибыль, доходы, амортизационные отчисления, экономические фонды целевого назначения, финансовые санкции, арендная плата, процентные ставки по ссудам, депозитам, облигациям, паевые взносы, вклады в уставный капитал, портфельные инвестиции, дивиденды, дисконт, котировка валютного курса тенге и т.п.

Правовое обеспечение функционирования финансового механизма включает законодательные акты, постановления, приказы, циркулярные письма и другие правовые документы органов управления.

Нормативное обеспечение функционирования финансового механизма образуют инструкции, нормативы, нормы, тарифные ставки, методические указания и разъяснения и т.п.

Информационное обеспечение функционирования финансового механизма состоит из разного рода и вида экономической, коммерческой, финансовой и прочей информации. К финансовой информации относятся: осведомление о финансовой устойчивости и платежеспособности своих партнеров и конкурентов, о ценах, курсах, дивидендах, процентах на товарном, фондовом и валютном рынках и т.п., сообщения о положении дел на биржевом, внебиржевом рынках, о финансовой и коммерческой деятельности любых достойных внимания хозяйствующих субъектах; различные другие сведения. Тот, кто владеет информацией, владеет и финансовым рынком.

Управление прибылью и рентабельностью как важная задача финансового менеджмента

Основным источником пополнения финансовых ресурсов предприятия (фирмы) является прибыль от производственно-хозяйственной деятельности. Поэтому в задачу финансового менеджмента входит поиск путей ее увеличения. На рисунке 2 показаны два основных канала участия прибыли в распределительном процессе, определяющих пропорции, в которых прибыль изымается и используется самим предприятием.

Значение прибыли в финансовом менеджменте можно определить следующим образом:

- отражает результаты предпринимательской деятельности в обобщенной форме и является одним из показателей ее эффективности;
- используется в качестве стимулирующего фактора предпринимательской деятельности и производительности труда;
- выступает источником финансирования расширенного воспроизводства и важнейшим финансовым ресурсом.

Многогранный характер прибыли предполагает системный подход к ее использованию.

Для того чтобы четко ориентироваться в любой ситуации, необходимо знать, какой минимальный объем продукции необходимо производить (или реализовывать), чтобы работа в целом была прибыльной. Он определяется с помощью следующей формулы:

$$V_{\text{безубыт}} = \frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Цена единицы продукции} - \text{Переменные затраты на единицу продукцию}}.$$

При разнообразном ассортименте показатель переменных затрат на единицу продукции заменяется коэффициентом соотношения переменных затрат и ожидаемого объема реализации.

В то же время целесообразно определять и максимально допустимый с экономической точки зрения объем производства. Он достигается тогда, когда дальнейшее увеличение затрат не приносит дополнительной прибыли [12; 357].

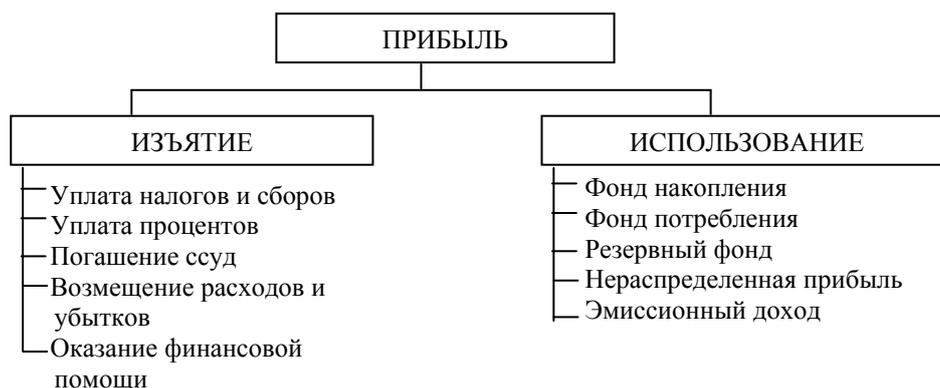


Рисунок 2. Распределение прибыли (данные работы [11; 339])

Определение величины прибыли в зависимости от объема реализации происходит с учетом операционного рычага, или ливериджа. Его действие основывается на том, что при стабильных ценах рост объема реализации продукции приводит к тому, что доля постоянных затрат в цене сокращается, а следовательно, при неизменной доле переменных увеличивается прибыль, и наоборот. Причем повышение объема производства приводит к более быстрому росту прибыли, а сокращение — к более быстрому ее падению.

Насколько быстрее изменяется прибыль по сравнению с объемами производства, определяет показатель, называемый сила операционного рычага (COP):

$$COP = \frac{\text{Прибыль} + \text{Постоянные затраты}}{\text{Прибыль}}$$

Помимо абсолютного размера прибыли, финансовый менеджмент оперирует ее относительной величиной — прибыльностью, или рентабельностью. В задачу финансового менеджмента входит поиск возможностей повышения значения данного показателя.

Эти возможности заложены в нем самом, поскольку для решения проблемы достаточно уменьшить долю собственного капитала в пользу заемного. Но такие действия сопряжены с большим риском, поскольку одновременно повышается опасность банкротства, если кредиторы потребуют срочного возврата ссуды. Кроме того, использование в больших масштабах заемного капитала связано с выплатой значительных процентов, что уменьшает прибыль, но зато ускоряет ее поступление.

Повышение рентабельности собственного капитала за счет использования заемных средств получило название эффекта финансового рычага. Манипулирование финансовым рычагом позволяет увеличить рентабельность собственных средств до полутора раз с соответственным ростом степени риска. В свете этого требуется нахождение оптимальной величины эффекта финансового рычага. (Ее расчет производится с помощью достаточно сложной формулы, которую можно найти в специальной литературе.)

Управленческий учет в механизме финансового менеджмента

Информационное обеспечение реализуется посредством системы управленческого учета, которая выступает как один из базовых инструментов финансового менеджмента. С развитием технических средств информационного обеспечения управленческой деятельности (компьютерные сети, телекоммуникации) стало возможным формировать базы данных внутрифирменной информации, а также получать ее незамедлительно, в необходимом объеме и форме для оперативного управления. Особенно важно своевременное получение необходимой оперативной информации для эффективного управления деятельностью транснациональных корпораций, отличительной особенностью которых являются масштаб и интернациональный характер хозяйственной деятельности, сложность и высокий технический уровень современного производства, его специализация и кооперация. Трудности организации информационного обеспечения таких корпораций обусловлены также необходимостью ведения двойного финансового учета в дочерних компаниях (для местных налоговых органов и мате-

ринской компании) из-за различных стандартов учета и отчетности, связанных с особенностями национального законодательства в разных странах.

Управленческий учет является новым видом деятельности в системе управления. Он тесно связан с другими функциями управления и включает четыре вида учета и отчетности [13; 339]:

- а) бухгалтерский,
- б) оперативный,
- в) финансовый,
- г) статистический.

Каждый из этих видов учета и отчетности выполняет свои специфические функции и имеет определенные формы.

Список литературы

- 1 *Круглова Н.Ю.* Основы менеджмента: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 512 с.
- 2 *Большаков А.С., Михайлов В.И.* Современный менеджмент: теория и практика. — СПб.: Питер, 2000. — 416 с.
- 3 *Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: Дело, 1992. — 702 с.
- 4 *Шим Джей К., Сигел Джоэл Г.* Финансовый менеджмент: Пер. с англ. — М.: Информ.-издат. дом «Филинь», 1996. — 400 с.
- 5 *Ван Хорн Дж. К.* Основы управления финансами: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 800 с.
- 6 *Ковалев В.В.* Введение в финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 768 с.
- 7 *Балабанов И.Т.* Финансовый менеджмент: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 1994. — 224 с.
- 8 *Хотинская Г.И.* Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Дело и Сервис, 2002. — 192 с.
- 9 *Лямин В.А., Воробьев П.В.* Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Издат. дом «Бизнес-пресса», 2001. — 144 с.
- 10 *Теория системного менеджмента: Учебник / Под общ. ред. П.В.Журавлева, Р.С.Седегова, Г.В.Янчевского.* — М.: Изд-во «Экзамен», 2002. — 512 с.
- 11 *Менеджмент (Современный российский менеджмент) / Под ред. Ф.М.Русинова и М.Л.Разу.* — М.: ФБК-ПРЕСС, 1998. — 504 с.
- 12 *Курс менеджмента: Учеб. пособие / Под ред. Д.Д.Вачугова.* — Ростов н/Д.: Феникс, 2003. — 512 с.
- 13 *Гончаров В.И.* Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.

А.А.Абаев

Заманауи шаруашылық ортадағы қаржылық менеджменттің рөлі және орны

Қаржылық менеджменттің негізгі ұғымдарының анықтамалары берілген. Қаржылық менеджменттің жалпы сызбасы келтірілген. Оның негізгі тараулары ашылып көрсетілген. Қаржылық механизм және оның құрылымы талданған. Қаржылық менеджменттің маңызды міндеті пайданы және рентабельділікті басқару болып табылатындығы көрсетілген. Қаржылық менеджменттегі пайданың айрықша маңызы белгіленіп, қаржылық менеджмент механизміндегі басқарушылық есепке көңіл бөлінген.

A.A.Abayev

The role and place of financial management in today's economic environment

The conceptual framework of financial management is described. The general scheme of financial management is given. Its main sections reveal. The financial mechanism and its structure are analyzed. It is noted that the most important problem of financial management is management of profit and profitability. Special value of profit in financial management is marked out. The attention to management accounting in the mechanism of financial management is paid.

ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ

ТРИБУНА МОЛОДОГО УЧЕНОГО

УДК 338.26.002

Т.Б.Казбеков, К.М.Каренов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова

Сущность, структура и назначение проектного анализа

Обоснована целесообразность привлечения проектного анализа в процессе принятия решений об инвестициях. Обобщен зарубежный опыт, позволяющий в практике проектного анализа использовать такие критерии, как зрелость отрасли и конкурентоспособность предприятия. Рассмотрена структура комплексного проектного анализа, позволяющая определить в стоимостной форме выгоды и затраты на проект. Уделено внимание техническому, коммерческому, институциональному, экологическому, финансовому и экономическому аспектам разработки проектов. Отмечено, что наиболее применимыми видами анализа являются экономический и финансовый. Доказано, что оба они базируются на сопоставлении затрат и выгод от проекта, но отличаются подходом к их оценке.

Ключевые слова: проектный анализ, критерии, матрица, состояния, стратегии, результаты, затраты, выгода, проект, управление рисками.

Необходимость привлечения проектного анализа в процессе принятия решений об инвестициях

Инвестиционные проекты являются результатом планирования и осуществления инвестиций. Вместе с тем, перед тем как реализовать любой проект, его выбирают, проектируют и рассчитывают, определяют, а главное оценивают его эффективность, и прежде всего на основе сопоставления затрат на проект и результатов от его воплощения в жизнь. С этой целью используют анализ инвестиционных проектов, или проектный анализ, как совокупность методологических средств, используемых для подготовки и обоснования проектных решений [1; 106].

Привлечение проектного анализа в процессе принятия решений об инвестициях необходимо потому, что выбор приходится осуществлять в условиях неопределенности. Могут сложиться ситуации, когда полностью или частично отсутствует информация о возможном состоянии объекта анализа в будущем, т.е. когда в его состоянии под влиянием внешней и внутренней среды происходят те или иные труднопредсказуемые события, обусловленные наличием факторов, не поддающихся строгой количественной оценке. Процедура и методы такого анализа направлены на выдвижение альтернативных вариантов решения проблемы проектирования и инвестирования, выявление масштабов неопределенности по каждому из них и их сопоставление по тем или иным критериям эффективности.

В практике западного проектного анализа принято использовать следующие критерии: а) зрелость отрасли; б) конкурентоспособность предприятия (его положение на рынке).

Анализ зрелости отрасли принято проводить, относя ее к одному из четырех состояний развития: эмбриональному, растущему, зрелому или стареющему (табл. 1).

В соответствии со вторым критерием необходимо установить конкурентоспособность предприятия в рамках отрасли, к которой оно принадлежит. Другими словами, нужно выяснить сравнительное с другими предприятиями положение данного предприятия на целевом рынке товаров или услуг. Принято использовать шесть основных состояний предприятия: доминирующее, сильное, благоприятное, неустойчивое, слабое, нежизнеспособное.

Т а б л и ц а 1

Примеры зрелости отраслей экономики

Стадия зрелости			
эмбриональная	растущая	зрелая	стареющая
Солнечная энергетика	Производство видеокассет Добыча угля (США)		Кораблестроение (Европа)
Домашние компьютеры		Производство часов Производство велосипедов	

Примечание. Использованы данные работы [2; 33].

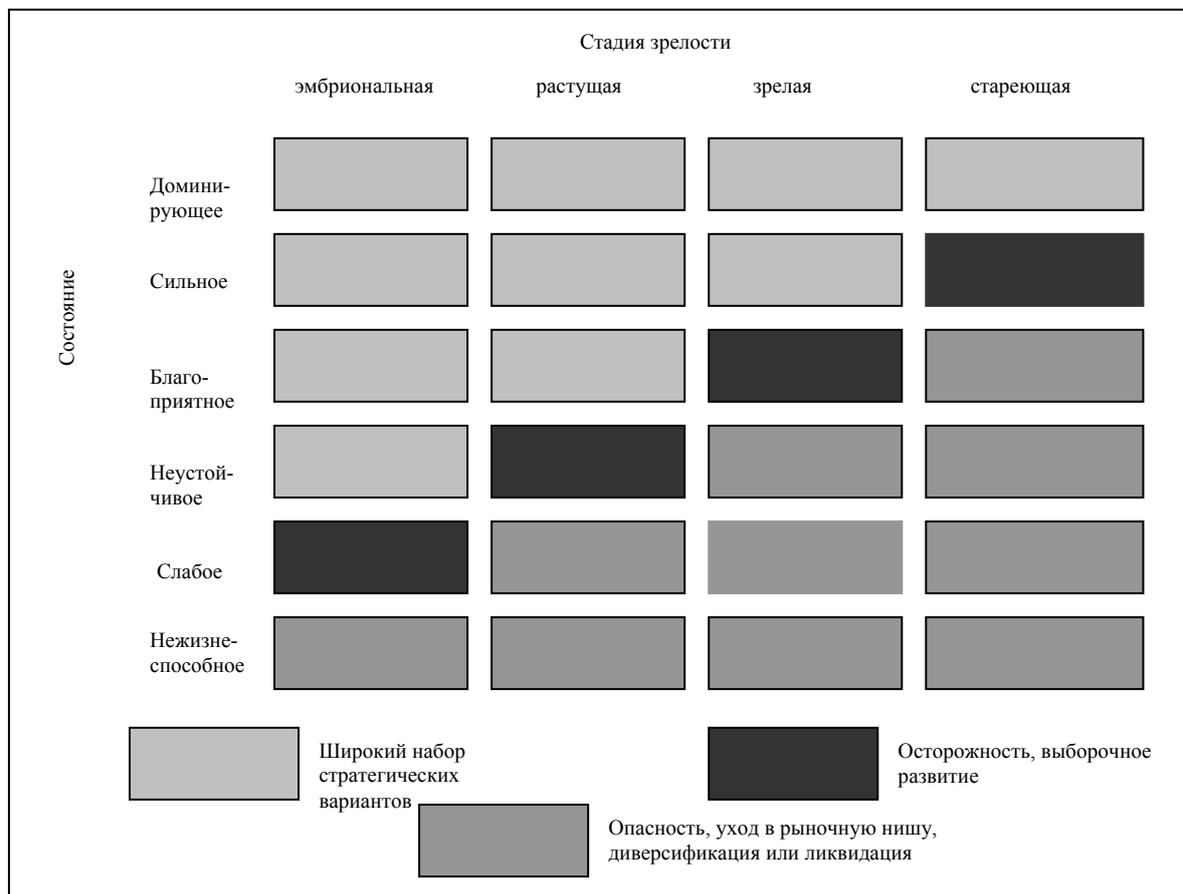


Рисунок 1. Матрица выборов жизненных циклов (данные работы [2; 3])

Сопоставляя критерии зрелости отрасли и конкурентной способности предприятия, можно оставить матрицу жизненных циклов предприятия (рис. 1).

Такая матрица носит конструктивный характер: она устанавливает не только положение предприятия, но и дает принципиальные рекомендации по дальнейшему развитию.

Конечным результатом предварительной стадии анализа проекта является установление положения конкретного предприятия по указанным критериям, т.е. буквально — какой конкретной «клетке» в матрице принадлежит данное предприятие.

Исходя из приведенной формализации может быть рассмотрена одна из возможных стратегий развития предприятия, представленных в таблице 2.

Т а б л и ц а 2

Стратегии развития предприятия

Положение на рынке	Стадия зрелости			
	эмбриональная	растущая	зрелая	стареющая
Доминирующее	Инвестируйте быстрее требования рынка	Удерживайте позиции. Удерживайте долю рынка	Удерживайте позиции. Развивайтесь вместе с отраслью	Удерживайте позиции
Сильное	Инвестируйте со скоростью, диктуемой рынком	Попытайтесь улучшить положение. Увеличьте долю	Удерживайте позиции. Развивайтесь вместе с отраслью	Удерживайте позиции или подводите итоги
Благоприятное	Избирательно или целikom увеличивайте долю. Все силы на увеличение рыночной доли	Попытайтесь улучшить положение. Избирательное увеличение доли	Выжидание или стабилизация. Найдите нишу и пытайтесь защищаться	Подводите итоги или постепенно уходите
Неустойчивое	Избирательно подходите к завоеванию позиций	Найдите свою нишу и обороняйтесь	Найдите нишу и удерживайте ее или постепенно уходите	Уходите постепенно или сразу
Слабое	Вверх или вон	Перестраивайтесь или уходите совсем	Перестраивайтесь или постепенно уходите	Уходите сразу

Примечание. Использованы данные работы [2; 35].

Новый проект почти наверняка обречен на неудачу, если положение предприятия соответствует правой нижней части матрицы.

Проектный анализ — это прежде всего сопоставление затрат на осуществление инвестиционного проекта и выгод, которые будут получены от его реализации. Значит, цель проектного анализа — определить результаты (ценность) проекта. Для этого используют выражение:

$$\text{Результаты (ценность) проекта} = \text{Изменение выгод в результате проекта} - \text{Изменение затрат в результате проекта}$$

Результаты и затраты по проекту можно определить (для одного вида ресурсов и одного вида продукции) следующим образом:

$$\text{Результаты за любой год} = \text{Прирост объема продукции проекта} \times \text{Цена единицы продукции проекта}$$

$$\text{Затраты за любой год} = \text{Прирост объема ресурсов на производство} \times \text{Стоимость единицы продукции}$$

Поскольку выгоды от любого проекта и затраты на его осуществление обычно многочисленны и не всегда легко рассчитываемы, то и определение доходности (выгодности) превращается в длительный, многоступенчатый и весьма трудоемкий процесс, охватывающий все стадии и фазы инвестиционного проекта. Анализ выполняется на всех этапах разработки проекта и особенно при технико-экономическом обосновании или составлении бизнес-плана инвестиционного проекта.

Структура проектного анализа

Несмотря на разнообразие проектов, их анализ обычно следует некоторой общей схеме, которая состоит из специальных разделов, оценивающих коммерческую, техническую, финансовую, эконо-

мическую и институциональную выполнимость проекта. Добропорядочный, с точки зрения стратегического инвестора, проект должен оканчиваться анализом риска (рис. 2).

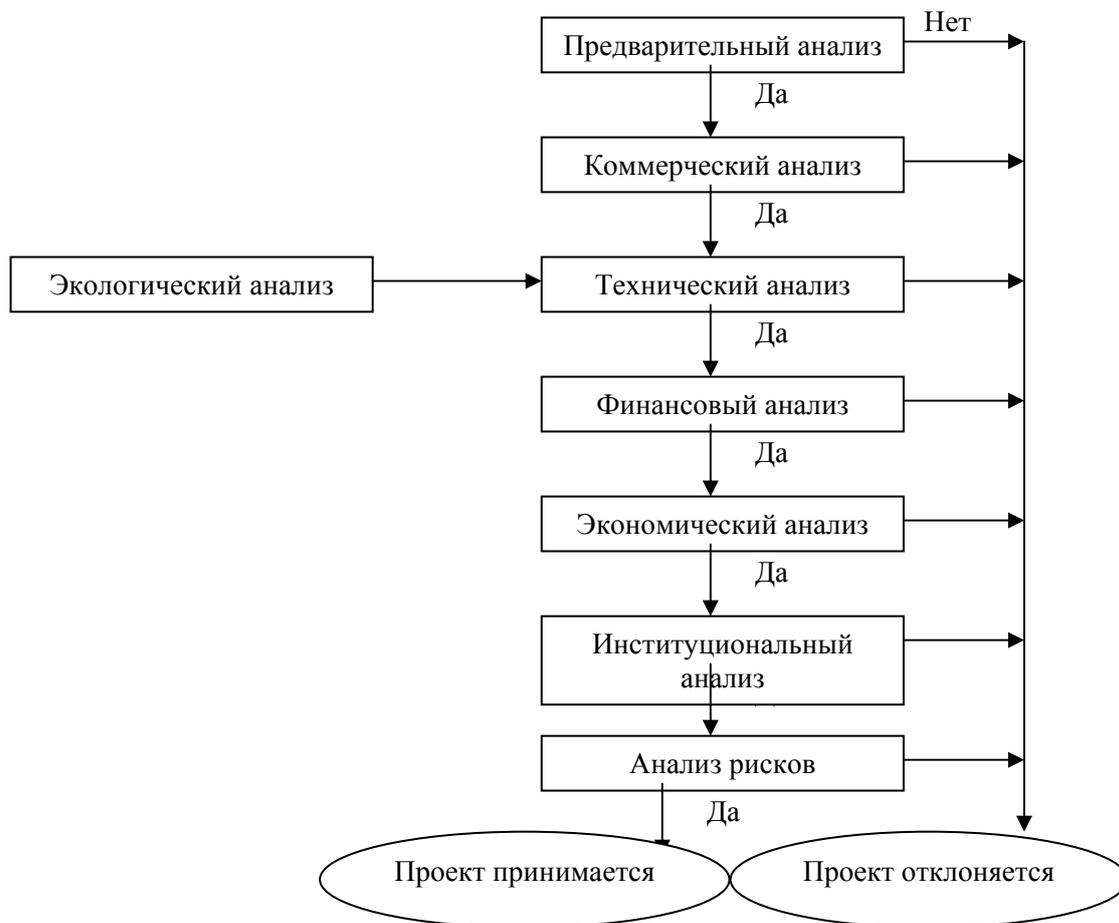


Рисунок 2. Общая последовательность анализа проекта (данные работы [2; 36])

Ценность такого комплексного анализа определяется тем, что он позволяет точнее определить в стоимостной форме выгоды и затраты на проект — подготовить основу для финансовых расчетов.

Стадия предварительного анализа не должна быть продолжительной по времени, и выводы, которые делаются преимущественно на предварительном этапе, базируются на качественных оценках. Тем не менее эта стадия необходима, по крайней мере, по следующим двум причинам:

- при дальнейшем общении со стратегическим инвестором вопросы зрелости отрасли и конкурентного положения предприятия обязательно будут подниматься, и к этому необходимо быть готовым заранее;
- если менеджеры предприятия не позаботятся об анализе, то стратегический инвестор сделает это сам и его выводы могут быть не столь благоприятными.

Коммерческий анализ инвестиционных проектов

Задача коммерческого анализа — оценить проект с точки зрения конечных потребителей продукции или услуг, предлагаемых проектом. В общем виде решаемые при этом задачи можно свести к трем:

- маркетинг;
- источники и условия получения ресурсов;
- условия производства и сбыта.

В результате коммерческого анализа надлежит ответить на такие вопросы [3; 21]:

- Где будет продаваться продукция?

- Имеет ли рынок достаточную емкость, чтобы поглотить всю выпускаемую продукцию без влияния на ее цену?
- Если вероятно подобное влияние на цену, то каково оно?
- Останется ли проект жизнеспособным с финансовой точки зрения при новой цене?
- Какую долю общей емкости рынка может обеспечить предлагаемый проект?
- Предназначена ли выпускаемая продукция для местного потребления или идет на экспорт?
- Какие финансовые мероприятия потребуются для продвижения продукции на рынок и какие резервы надлежит предусмотреть в проекте для финансирования маркетинга?
- Способны ли существующие методы поставок гарантировать своевременность поставок и устранить перебои?
- Практикуются ли конкурсные торги для установления справедливых цен?
- Кто разрабатывает спецификации на необходимые закупки?

Коммерческий анализ играет решающую роль в анализе проекта. Однако коммерческий анализ по-прежнему является одним из аспектов, которым, зачастую, уделяется недостаточное внимание. Рынок определяет успех или провал проектов, и по этой причине рынки следует изучать тщательнейшим образом во всех проектах, причем даже раньше, чем любой из других аспектов анализа проекта.

Роль коммерческого анализа заключается в прогнозировании спроса на продукцию проекта, а затем и будущих цен.

Технический анализ инвестиционных проектов

В задачу технического анализа инвестиционного проекта входят:

- определение технологий, наиболее подходящих с точки зрения целей проекта;
- анализ местных условий, в том числе доступности и стоимости сырья, энергии, рабочей силы;
- проверка наличия потенциальных возможностей планирования и осуществления проекта.

Технический анализ обычно проводится группой собственных экспертов предприятия с возможным привлечением узких специалистов. Стандартная процедура технического анализа начинается с анализа собственных существующих технологий. При этом необходимо руководствоваться следующими критериями: 1) технология должна себя ранее хорошо зарекомендовать, т.е. быть стандартной; 2) технология не должна быть ориентирована на импортное оборудование и сырье.

Если нельзя использовать собственную технологию, то проводится анализ возможности привлечения зарубежной технологии и оборудования по одной из приведенных схем [2; 40]:

- совместное предприятие с иностранной фирмой — частичное инвестирование и полное обеспечение всеми технологиями;
- покупка оборудования, которое реализует технологическое «ноу-хау»;
- «turn-key» — покупка оборудования, постройка завода, наладка технологического процесса;
- «product-in-hand» — «turn-key» плюс обучение персонала до тех пор, пока предприятие не произведет необходимый готовый продукт;
- покупка лицензий на производство;
- техническая помощь со стороны зарубежного технолога.

Правило выбора технологии предусматривает комплексный анализ некоторых альтернативных технологий и выбор наилучшего варианта на основе какого-либо агрегированного критерия.

Экологический анализ инвестиционных проектов

Выполнение требований экологического законодательства обязательно для всех экономических субъектов, действующих в нашей стране. Экологический анализ в системе планирования на предприятии позволяет выявить те виды продукции и деятельности, а также те подразделения, законодательные требования к которым наиболее жестки [4; 161].

В нашей стране обязательной государственной экологической экспертизе подлежат все планы, технико-экономические обоснования и проекты строительства, реконструкции, технического перевооружения, развития и ликвидации предприятий независимо от их сметной стоимости и принадлежности.

В результате экологического анализа выявляются не только факторы воздействия на окружающую среду, но и стоимость мер по минимизации вредных последствий ее работы.

Финансовый анализ инвестиционных проектов

Финансовый анализ занимается вопросами финансового обеспечения деятельности предприятия и наиболее прибыльного использования имеющихся денежных средств на базе оценки текущей финансовой информации и прогнозных данных по увеличению объемов реализуемой продукции в последующие периоды.

Финансовый анализ инвестиционного проекта проводится последовательно по следующей схеме [5; 57]:

- анализ финансового состояния предприятия в течение 3–5 предыдущих лет работы;
- анализ финансового состояния предприятия в период подготовки инвестиционного проекта;
- анализ безубыточности производства основных видов продукции;
- проработка инвестиционной части, которая включает:

а) исследование инвестиционных потребностей и источников финансирования инвестиционного проекта;

б) определение стоимости капитала, необходимого для реализации инвестиционного проекта; Под стоимостью капитала понимается альтернативная стоимость, доход, который ожидают получить инвесторы от альтернативных возможностей вложения капитала при неизменной величине риска. Стоимость капитала выражается в виде процентной ставки (или доли единицы) от суммы капитала, вложенного в какой-либо бизнес, которую следует заплатить инвестору в течение определенного периода времени за использование его капитала. Для определения стоимости капитала проводят оценку величины каждого его структурного элемента. Структура капитала инвестиционного проекта состоит из: собственного капитала (акция, прибыль); средств, полученных за счет продажи акций, облигаций; заемных капиталов и др.;

в) прогноз прибылей и затрат в процессе осуществления инвестиционного проекта, который позволяет детализировать информацию о движении денежных средств, содержащуюся в балансе инвестиционного проекта.

Для прогноза прибылей и затрат используют следующие понятия и их обозначения:

- настоящее значение денежного потока — PV (Present Value);
- будущее значение денежного потока — FV (Future Value);
- элемент денежного потока — CF_k (Cash Flow), где k — номер периода, в котором рассматривается денежный поток.

Экономический анализ инвестиционных проектов

Экономический анализ исследует проект на макроуровне и оценивает правомерность привлечения и использования проектом национальных ресурсов в условиях их ограниченности и конкуренции за их использование. (Что дает проект обществу? Насколько он эффективен по сравнению с альтернативными вариантами?).

При экономической оценке инвестиционных проектов используется ряд методов. Основной из них сводится к расчету чистой текущей стоимости — NPV (net present value), которую можно определить следующим образом: текущая стоимость денежных притоков, за вычетом текущей стоимости денежных оттоков, т.е. данный метод предусматривает дисконтирование денежных потоков с целью определения эффективности инвестиций [6; 51].

Поскольку приток денежных средств распределен во времени, его дисконтирование производится по процентной ставке i . Важным моментом является выбор уровня процентной ставки, по которой производится дисконтирование. В экономической литературе иногда ее называют ставкой сравнения, так как оценка эффективности часто производится именно при сравнении вариантов капиталовложений.

Иногда коэффициент дисконтирования по выбранной ставке i называют барьерным коэффициентом. Несмотря на различие названий, эта ставка должна отражать ожидаемый усредненный уровень ссудного процента на финансовом рынке.

При разовой инвестиции математически расчет чистого приведенного дохода (эффекта) можно представить формулой

$$NPV = \sum_1^n \frac{P_k}{(1+i)^k} - IC,$$

где $P_1, P_2, P_k, \dots, P_n$ — годовые денежные поступления в течение n — лет; IC — стартовые инвестиции; i — ставка сравнения.

$$PV = \sum_1^n \frac{P_k}{(1+i)^k} \text{ — общая накопленная величина дисконтированных поступлений.}$$

Очевидно, что при $NPV > 0$ проект следует принять; $NPV < 0$ — проект должен быть отвергнут; $NPV = 0$ — проект не прибылен, но и не убыточен.

При прогнозировании доходов по годам необходимо учитывать все виды поступлений как производственного, так и непроизводственного характера, которые могут быть ассоциированы с данным проектом.

Так, если по окончании периода реализации проекта планируется поступление средств в виде ликвидационной стоимости оборудования или высвобождения части оборотных средств, они должны быть учтены как доходы соответствующих периодов.

Если проект предполагает не разовую инвестицию, а последовательное инвестирование финансовых ресурсов в течение нескольких лет (m -лет), то формула для расчета NPV модифицируется следующим образом:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} - \sum_{j=1}^m \frac{IC_j}{(1+i)^j}.$$

Необходимо отметить, что показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта. Этот показатель аддитивен во временном аспекте, т.е. NPV различных проектов можно суммировать. Это очень важное свойство, выделяющее этот критерий из всех остальных и позволяющее использовать его в качестве основного при анализе оптимальности инвестиционного портфеля.

Институциональный анализ инвестиционных проектов

Институциональный анализ инвестиционных проектов имеет своей целью оценку организационной, правовой, политической и административной обстановки, в рамках которой проекты реализуются и эксплуатируются, и выработку рекомендаций в отношении мероприятий по укреплению возможностей вовлеченных организаций по следующим вопросам [7; 119]:

- а) методы и способы менеджмента, в том числе мониторинг и оценка;
- б) организационная структура, изменения в ней;
- в) планирование, в том числе планирование размещения инвестиций;
- г) комплектование и обучение персонала;
- д) финансовая деятельность, в том числе управление финансовой деятельностью: составление сметы, бухгалтерский учет и ревизия;
- е) материально-техническое обеспечение проектов;
- ж) системы эксплуатации и технического обслуживания;
- з) межорганизационная координация.

Эти задачи относятся не только к организациям, осуществляющим реализацию и эксплуатацию проекта, но и к правительственным и отраслевым структурам, влияющим на успех проекта, — к министерствам, банкам, исследовательским учреждениям и т.д.

Неопределенность — неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта, в том числе о связанных с ними затратах и результатах. Риск — это неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций, следствием которых является понесение убытков или снижение эффективности проекта. Риск определяется исходя из следующего соотношения:

$$R = f(P, I),$$

где R — рисковое событие, P — вероятность его наступления, I — важность последствий в случае наступления рискованного события.

Учет возможных рисков при анализе проекта и управление ими на следующих фазах проектного цикла позволяют свести последствия рисков к приемлемому минимуму [8; 97].

Управление рисками — комплекс мероприятий, включающих идентификацию, анализ, снижение и мониторинг рисков, для уменьшения отклонения фактических показателей реализации проекта от их запланированных значений (рис. 3).

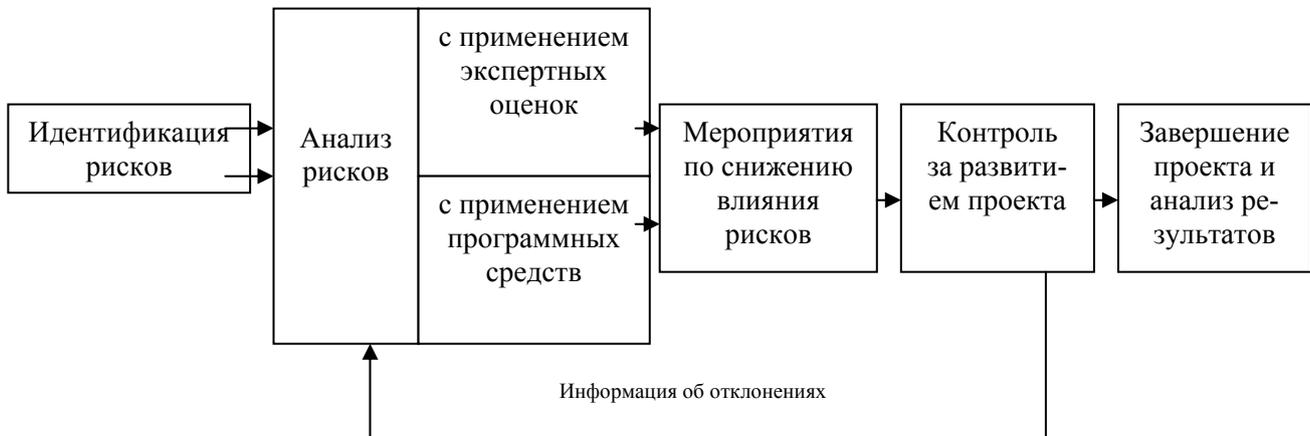


Рисунок 3. Алгоритм действий по управлению рисками (данные работы [8; 97])

Результаты анализа и оценки рисков позволяют разработать обоснованные мероприятия, направленные на их снижение, а именно:

- распределение рисков между участниками проекта;
- резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов;
- снижение рисков финансирования;
- страхование промышленных рисков;
- страхование инвестиционного проекта.

Иногда в процессе анализа риска ограничиваются анализом сценария, который может быть проведен по следующей схеме:

1. выбор параметров инвестиционного проекта, в наибольшей степени неопределенных;
2. проведение анализа эффективности проекта для предельных значений каждого параметра;
3. представление трех сценариев в инвестиционном проекте:
 - базового;
 - наиболее пессимистичного;
 - наиболее оптимистичного (не обязательно).

Стратегический инвестор обычно делает вывод на основе наиболее пессимистичного сценария.

Список литературы

- 1 Золотогоров В.Г. Инвестиционное проектирование: Учеб. пособие. — Минск: ИП «Экоперспектива», 1998. — 463 с.
- 2 Савчук В.П., Прилипко С.И., Величко Е.Г. Анализ и разработка инвестиционных проектов: Учеб. пособие. — Киев: Абсолют - В, Эльга, 1999. — 304 с.
- 3 Шеремет В.В., Павлюченко В.М., Шатино В.Д. и др. Управление инвестициями. Т. 2. — М.: Высш. шк., 1998. — 512 с.
- 4 Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — М.: ПБОЮЛ М.А.Захаров, 2001. — 424 с.
- 5 Суров С.Ю., Сурова Ю.Ю. Инвестиционный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Приор-издат, 2004. — 144 с.
- 6 Мелкумов Я.С. Организация и финансирование инвестиций: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА - М, 2000. — 248 с.
- 7 Волков И.М., Грачева М.В. Проектный анализ: Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 423 с.
- 8 Шеремет В.В., Павлюченко В.М., Шатино В.Д. и др. Управление инвестициями. Т. 1. — М.: Высш. шк., 1998. — 416 с.

Т.Б.Қазбеков, К.М.Каренов

Жобалық талдаудың мәні, құрылымы және қолдану аясы

Инвестициялар туралы шешімдер қабылдау үдерісінде жобалық талдауды қолдану қажеттігі негізделген. Жобалық талдау ісінде саланың жетілу деңгейі және кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігі секілді критерийлерді пайдалануға мүмкіндік беретін шетелдік тәжірибе жалпыланған. Жобаның пайдасы мен шығындарын құн түрінде анықтауға мүмкіндік беретін кешенді жобалық талдау құрылымы қарастырылған. Жобаларды құрудың техникалық, коммерциялық, институционалдық, экологиялық, қаржылық және экономикалық тұстарына көңіл бөлінген. Талдаудың жиі қолданылатын түрлері экономикалық және қаржылық талдау екендігі көрсетілген. Олардың екеуі де жобадан туындайтын пайданы және оған жұмсалатын шығындарды салыстыруға негізделетіні, алайда оларды бағалау әр тұрғыдан қаралатыны дәлелденген.

T.B.Kazbekov, K.M.Karenov

Essence, structure and purpose of the design analysis

Expediency of attraction of the design analysis locates in decision-making process about investments. The foreign experience allowing in practice of the design analysis to use such criteria, as a maturity of branch and competitiveness of the enterprise is generalized. The structure of the complex design analysis, allowing to define in a cost form of benefit and costs of the project is considered. The attention to technical, commercial, institutional, ecological, financial and economic aspects of development of projects is paid. It is noted that the most applicable types of the analysis are economic and financial. It is proved that both of them are based on comparison of expenses and benefits from the project, but differ approach to their assessment.

УДК 338.48:339.9 (100)+(574)

Г.М.Оспанов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова

Место Республики Казахстан в мировом рейтинге развития туризма

В статье исследованы показатели международных туристских прибытий, согласно данным Барометра международного туризма Всемирной туристской организации. Проведен кластерный анализ стран по таким параметрам, как нормативно-правовое регулирование туризма, деловой климат и инфраструктура туризма, человеческие, культурные и природные ресурсы. Кластерный анализ позволил классифицировать регионы мира с учетом показателей, оценок экспертов, отражающих степень привлекательности той или иной страны для развития туризма; дал возможность определить место Казахстана на мировом туристском рынке.

Ключевые слова: международный туризм, кластерный анализ, тренд, позиционирование, инфраструктура туризма, природные ресурсы, туристские прибытия.

Международный туризм играет все более заметную роль в мировой экономике. Начало нового тысячелетия было отмечено не только подъемом международного туристского движения, но и появлением новых тенденций в развитии данной отрасли.

Вместе с тем следует отметить возникающие изменения на туристском рынке, появление новых трендов в динамично развивающейся отрасли международного туризма. Одной из главных особенностей развития туризма является неравномерное распределение туристских потоков в разных регионах и странах мира. Туристские потоки сконцентрированы в нескольких регионах земного шара, и их движение имеет в основном интрарегиональный характер.

Согласно последним данным Барометра международного туризма Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2011 г. число международных туристских прибытий возросло более чем на 4 %

и составило 981 миллион. Учитывая ожидаемое в 2013 г. продолжение темпов роста, хотя и менее быстрое, число международных туристских прибытий в этом году достигнет отметки в один миллиард. Имеющиеся данные о доходах от международного туризма и международных туристских расходах за 2011 г. в существенной степени совпадают с позитивными тенденциями в области прибытий. Среди 10 туристских направлений стран-лидеров особенно существенно доходы возросли в США, Испании, Гонконге и Соединенном Королевстве. Лидерами по расходам являются растущие, направляющие туристов рынки — Китай, Россия, Бразилия и Индия, — за которыми следуют традиционные рынки, хотя темпы роста расходов путешественников из Германии и США были более высокими, чем в предыдущие годы [1].

В 2011 г. эксперты Всемирного экономического форума в Давосе определили максимально привлекательные для развития туризма страны. Отчет данного исследования получил название «The travel and tourism competitiveness report 2011». Аналога такому отчету на сегодняшний день не существует, так как эксперты оценивали политику властей в области туризма, их способность обеспечить безопасность, санитарные условия, стоимость отдыха, развитие транспортной инфраструктуры, национальный колорит, наличие комфортабельных отелей, экологию, кадровый потенциал и т.д.

В рейтинге учитывались данные исследований Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Всемирной туристской организации (UNWTO) и Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC). Всего в докладе было исследовано 139 стран.

В целом для проведения анализа было выбрано 3 крупных параметра, которые, в свою очередь, подразделялись на 13 субпараметров, имеющих важное значение для определения максимально привлекательных стран для развития туризма.

Среди этих параметров можно выделить следующие:

1 группа — «нормативно-правовое регулирование туризма», в состав которой вошел ряд следующих параметров: нормативная база; охрана окружающей среды; охрана и безопасность; санитарные условия; значение, которое власти придают туристской отрасли;

2 группа параметров — «деловой климат и инфраструктура»: инфраструктура воздушного транспорта; инфраструктура транспорта (наземного и водного); инфраструктура туризма; уровень развития информационно-коммуникационных технологий (далее — ИКТ); ценовая конкурентоспособность;

3 группа — «человеческие, культурные и природные ресурсы» — такие параметры, как: человеческие ресурсы; дружелюбность местного населения по отношению к туристам; природные ресурсы и культурные ресурсы.

Самой привлекательной страной для путешественника эксперты признали Швейцарию, которая получила 5,68 балла, заняв 1 место в рейтинге. Эта европейская страна получила максимальные оценки в таких категориях, как: «безопасность и политическая стабильность», «санитарные условия в стране» и «степень развития и качество транспортной инфраструктуры». С точки зрения экспертов, Швейцария обладает лучшей в мире транспортной и туристской инфраструктурой, а также ярко выраженным национальным колоритом, который привлекает граждан других стран.

Второе место в рейтинге по уровню привлекательности заняла Германия — 5,5 балла. Тройку лидеров замкнула Франция. Далее в рейтинге мировых туристских центров следуют Австрия, Швеция, США, Великобритания, Испания, Канада, Сингапур.

Из стран бывшего Советского Союза наибольшим потенциалом в области развития туристского бизнеса обладает Россия — 59 место. Важно, что на итоговую оценку страны оказало отрицательное влияние то, что России присвоили последнее, 124 место, по критерию дружелюбности законодательства к иностранным инвестициям, а также 113 место по экологии и 104 место по дружелюбности к туристам.

Далее следуют Грузия (73 место), Азербайджан (83 место), Украина (85 место), Армения (90 место) и Казахстан — на 93 месте. Наша страна наименьший балл получила по таким параметрам, как: инфраструктура туризма (2,15 балла из 7 возможных), степень развития информационно-коммуникационных технологий и инфраструктура воздушного транспорта — по 2,34 и 2,76 баллов соответственно. Среди 15 параметров наибольший балл по такому параметру, как «санитарные условия» — 5,3 балла. Эксперты считают, что в Казахстане соблюден довольно высокий уровень санитарного режима.

Самыми неконкурентоспособными с позиций туристского бизнеса стали Нигерия, Бенин, Эфиопия, Камерун, Мозамбик, Бангладеш, Лесото, Ангола, Бурунди и Чад. Согласно перечисленному вы-

ше, это все страны Африканского региона. Особенно низкие оценки (в пределах от 1,2 до 2,8 балла) анализируемые регионы получили по таким параметрам, как охрана и безопасность, санитарные условия, транспортная инфраструктура и инфраструктура туризма. Максимальные баллы страны получили по параметру «дружелюбность» (в пределах от 5,2 до 6,0 балла) [2; 8].

В целом следует отметить то, что Всемирный экономический форум почти три десятилетия изучает проблемы национальной конкурентоспособности. Исходя из важности индустрии путешествий и туризма для мировой экономики задачей отчета ««The travel and tourism competitiveness report 2011» является изучение факторов, стимулирующих развитие путешествий и туризма во всем мире.

Так, становится особенно актуальным проведение кластерного анализа мирового туристского потенциала и определение места Казахстана в нем.

Для анализа дифференциации стран по уровню привлекательности развития туризма в них использован метод группировки, с помощью которого вся совокупность региональных субъектов разбита на несколько однородных групп. Формирование групп регионов с разными значениями показателей экспертной оценки проведено с использованием кластерного анализа.

«Cluster» — скопление, группа элементов, характеризуемых каким-либо общим свойством. В основе данного метода лежит совокупность данных, характеризующих изучаемые объекты по ряду признаков [3; 56–58].

Кластерный анализ позволяет решить следующие задачи экономико-статистического исследования: сформировать однородные совокупности, выбрать существенные признаки, выделить типичные группы.

Алгоритм кластерного анализа основывается на расчете матрицы расстояний, для расчета которой автором было использовано обычное Евклидово расстояние. Обработка исходных данных произведена с использованием пакета прикладных программ «Statistica 6.0» и «Microsoft Excel».

Многомерная классификация была проведена с использованием показателей перечисленных выше групп факторов.

Примечательным в исследовании является то, что для анализа были выбраны следующие страны: Китай, Франция, США, Испания, Гонконг (Китай), Великобритания, Испания, Мексика, Россия, Чехия, Казахстан, Украина. Этот выбор обусловлен тем, что, на наш взгляд, не имело смысла для проведения региональной дифференциации использовать 139 стран, поэтому, основываясь на данных прогноза UNWTO, нами были выбраны регионы, которые к 2020 г. будут наиболее посещаемыми странами мира.

Также для анализа была добавлена Украина, как перспективный туристский регион по уровню развития туризма, в силу сосредоточения в нем огромного культурного, природного и инфраструктурного потенциала.

Важным в кластерном анализе было определение места Казахстана среди названных выше регионов мира.

На основе полученных результатов группировки, произведенной разными алгоритмами кластерного анализа, нами был выбран метод средней связи между группами, так как на его основе были получены наиболее оптимальные результаты разбиения [4; 125–129].

В результате многомерной классификации было получено 5 кластеров:

- первый кластер объединяет 2 региона — КНР и Российскую Федерацию;
- во второй кластер вошло 2 субъекта, а именно Республика Казахстан и Украина;
- третий кластер объединил 4 региона — Францию, Великобританию, США и Испанию;
- четвертый кластер составили Италия, Чехия и Мексика;
- пятый кластер — Гонконг (Китай).

Результаты кластер-анализа представлены в таблице.

На рисунке представлен графический результат разбиения исследуемой совокупности региональных субъектов на кластеры.

Анализируя полученную классификацию, можно отметить, что третий кластер, включающий 4 страны (Францию, Великобританию, США и Испанию), является регионом с высоким уровнем привлекательности развития туризма. Анализируемые показатели по данному региону превосходят соответствующие показатели стран, попавших в четвертый кластер, в среднем в 1,2 раза, попавших в пятый кластер — в 1,0 раза, попавших во второй — в 1,4 и попавших в 1 кластер — в 1,3 раза.

Так, по третьему кластеру оценки распределились следующим образом, согласно параметрам: нормативно-правовое регулирование — 5,2 балла; охрана окружающей среды — 5,2 балла; охрана и

безопасность — 4,9; санитарные условия — 5,9 балла; значение, которое власти придают туристской отрасли — 4,7; инфраструктура воздушного транспорта — 5,7 балла; транспортная инфраструктура — 5,8 балла; уровень развития инфраструктуры туризма — 5,7; состояние информационно-коммуникационных технологий — 5,0; уровень ценовой конкурентоспособности — 3,7 балла; человеческие ресурсы — 5,7 балла; дружелюбность — 4,5 балла; природные и культурные ресурсы — 6,1 балла.

Регионы, попавшие во второй кластер, имеют существенно меньшие значения рассматриваемых показателей, что указывает на их меньшую привлекательность для развития туризма.

Т а б л и ц а

Результаты кластер-анализа стран по уровню развития туристского потенциала

№ п.п.	Страна	Параметры												
		Нормативно-правовое регулирование	Охрана окружающей среды	Охрана и безопасность	Санитарные условия	Значение, которое власти придают туристской отрасли	Инфраструктура воздушного транспорта	Транспортная инфраструктура	Инфраструктура туризма	Информационно-коммуникационные технологии	Ценовая конкурентоспособность	Человеческие ресурсы	Дружелюбность	Природные и культурные ресурсы
1 кластер	КНР	3,76	3,53	4,08	4,09	4,54	3,78	3,99	1,72	2,62	5,42	5	3,82	4,35
	Россия	2,71	2,96	3,66	5,73	3,13	4,23	3,52	3,17	3,01	4,84	5,05	4,34	4,74
Средний балл по 1 кластеру		3,2	3,2	3,9	4,9	3,8	4,0	3,8	2,4	2,8	5,1	5,0	4,1	4,5
2 кластер	РК	3,54	3,67	4,15	5,3	3,2	2,76	3,19	2,15	2,34	4,72	5,17	5	3,15
	Украина	3,99	3,04	4,23	5,55	3,25	2,56	3,39	2,66	2,56	4,89	5	5,21	3,12
Средний балл по 2 кластеру		3,8	3,4	4,2	5,4	3,2	2,7	3,3	2,4	2,5	4,8	5,1	5,1	3,1
3 кластер	Франция	5	5,5	5,22	6,27	4,69	5,45	6,44	5,4	4,83	3,35	5,42	4,42	5,95
	Великобритания	5,54	5,52	4,88	5,7	4,38	5,59	5,52	5,23	5,73	3,3	5,97	4,43	6,32
	США	5,48	5,15	4,84	5,72	4,1	6,75	5,77	6,5	5,54	4,06	5,99	4,09	6,42
	Испания	4,95	4,51	4,84	5,93	5,54	5,17	5,42	5,8	3,93	3,93	5,3	5,09	5,62
Средний балл по 3 кластеру		5,2	5,2	4,9	5,9	4,7	5,7	5,8	5,7	5,0	3,7	5,7	4,5	6,1
4 кластер	Италия	4,56	4,26	4,73	6,41	3,86	4,2	3,77	6	4,48	3,43	5,26	4,79	5,5
	Чехия	5,15	4,82	4,74	5,32	3,97	3,39	4,27	4,49	4,49	4,03	5,5	4,65	5,8
	Мексика	5,13	4,35	3,54	5,05	4,65	3,87	3,57	3,58	2,74	4,23	5,24	4,5	5,22
Средний балл по 4 кластеру		4,9	4,5	4,3	5,6	4,2	3,8	3,9	4,7	3,9	3,9	5,3	4,6	5,5
5 кластер	Гонконг (Китай)	5,76	5,11	5,07	6,62	5,18	4,83	6,46	2,79	4,98	4,98	5,93	5,6	4,78
Средний балл по 5 кластеру		5,76	5,11	5,07	6,62	5,18	4,83	6,46	2,79	4,98	4,98	5,93	5,6	4,78

Анализ показал, что в регионах, включенных во второй кластер, экспертная оценка в усредненных показателях распределилась следующим образом: нормативно-правовое регулирование — 3,8 балла; охрана окружающей среды — 3,4 балла; охрана и безопасность — 4,2; санитарные условия — 5,4 балла; значение, которое власти придают туристской отрасли — 3,2; инфраструктура воздушного транспорта — 2,7 балла; транспортная инфраструктура — 3,3 балла; уровень развития инфраструктуры туризма — 2,4; состояние информационно-коммуникационных технологий — 2,5; уровень ценовой конкурентоспособности — 4,8 балла; человеческие ресурсы — 5,1 балла; дружелюбность — 5,1 балла; природные и культурные ресурсы — 3,1 балла.

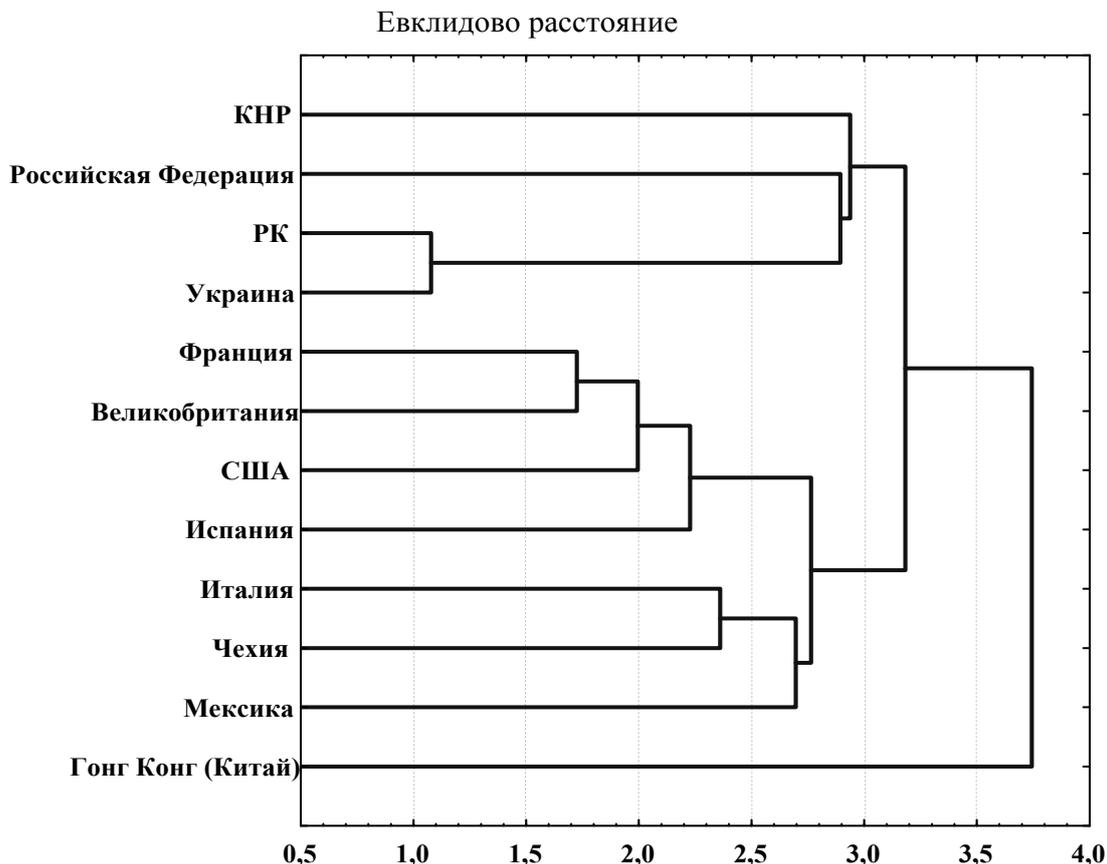


Рисунок. Дендограмма стран по уровню развития туризма

Попадание Казахстана во 2 кластер вместе с Украиной не говорит о том, что у этих стран нет перспектив для развития туризма — наоборот, данные регионы, в частности РК, имеют все предпосылки для развития въездного туризма.

Но в настоящий момент ряд показателей данных регионов имеет невысокую оценку.

Следовательно, Казахстану и Украине необходимо разрабатывать ряд Государственных программ, направленных на устранение и сокращение отставания от стран-лидеров по названным выше критериям с тем, чтобы быть конкурентоспособными регионами на мировом туристском рынке.

В целом невысокий уровень «привлекательности» для развития туризма наблюдается в 1 и 2 кластерах; умеренный (близкий к максимальному) — в 4 кластере; регионы, вошедшие в 3 и 5 кластер, имеют высокий потенциал для развития международного туризма.

Подытоживая все сказанное выше, необходимо отметить, что данные таблицы 6 можно использовать для формирования локальных компонентов инновационных стратегий для каждой группы.

Таким образом, кластерный анализ регионов мира по уровню привлекательности для развития туризма позволил решить следующие задачи:

– классификация регионов мира с учетом показателей, оценок экспертов, отражающих степень привлекательности той или иной страны для развития международного туризма;

– дал возможность определения места Казахстана на мировой туристской арене; выделения его слабых и сильных сторон; четкого понятия, к какой группе регионов мира следует в данный момент относить нашу страну по уровню привлекательности для развития туризма.

В целом проведение кластерного анализа открывает возможность увидеть реальную картину положения нашей страны на мировом рынке туристских услуг. Следует отметить, что Казахстан, имея все перспективы для развития туризма, будет стремиться и достигнет статуса региона, привлекательного для развития всех видов и типов туризма.

Список литературы

- 1 UNWTO World Tourism Barometer. Vol. 10. January 2012. — Statistical Annex.
- 2 The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011. — 531 p.
- 3 *Мандель И.Д.* Кластерный анализ. — М.: Финансы и статистика, 1988. — 176 с.
- 4 *Минус Я. Р., Катыхиев Л.К., Пересецкий А.А.* Эконометрика. Начальный курс. — М.: Дело, 2005. — 186 с. — 176 с.

Г.М.Оспанов

Әлемдік туризмнің даму рейтингінде Қазақстан Республикасының орны

Мақалада, Бүкіләлемдік туристік мекеменің Халықаралық туризм барометрінің мәліметтері бойынша, халықаралық туристік келулер көрсеткіштері қарастырылған. Әр түрлі елдер туризмдерінің нормативті-құқықтық реттеу, туризмнің іскерлік климаты мен инфрақұрылымы, адами, мәдени және табиғи ресурстары сияқты параметрлері бойынша кластерлік талдау жасалған. Кластерлік талдау әлем аймақтарын қандай да бір елдің туризмнің даму деңгейін көрсететін көрсеткіштер бойынша, сарапшылар бағалары бойынша, жіктеуге, сондай-ақ әлемдік туризм нарығындағы Қазақстанның алатын орнын анықтауға мүмкіндік береді.

G.M.Ospanov

The place of the republic of Kazakhstan in the world rating of tourism

This article explores the performance of international tourist arrivals according to the Barometer of International Tourism of the World Tourism Organization. Performed a cluster analysis of countries on such parameters as the legal regulation of tourism, business climate and tourism infrastructure, human, cultural and natural resources. Cluster analysis allowed to classify regions of the world based on the indicators, expert evaluations, reflecting the attractiveness of a country for tourism, given the opportunity to define the place of Kazakhstan in the global tourism market.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абаев А.А., м.э.н, старший преподаватель кафедры «Финансы», Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Алимбеков Д., докторант PhD по специальности «Туризм», Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана.

Алыев И., доктор экономических наук, профессор директор Института экономики Национальной академии наук, Республика Азербайджан.

Базарова С.К., маркетинг кафедрасының доценті э.ғ.к., Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті.

Бекбулатова А., докторант PhD по специальности «Туризм», Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, Астана.

Бектлеева Д.Е., доцент кафедры экономики и международного бизнеса к.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Бисеков А., доктор экономических наук первый секретарь Министерства иностранных дел Республики Казахстан, Астана.

Интымакова А.Т., магистрант, Институт управления Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан, Астана.

Казбеков Т.Б., доцент кафедры менеджмента к.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Калыков А.К., доцент кафедры менеджмента к.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Каренов К.М., магистрант кафедры менеджмента, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Каренов Р.С., зав.кафедрой менеджмента академик Международной академии информатизации, д.э.н., профессор, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Ланцев Д.А., м.э.н., председатель комитета профсоюза, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Мамед-заде Эмин, кандидат экономических наук ведущий научный сотрудник Института экономики Национальной академии наук, Республика Азербайджан.

Мамраева Д.Г., доцент кафедры маркетинга к.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Нурпеисов Б.Г., доцент кафедры экономики и международного бизнеса к.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Нурсултан Д.Т., магистрант кафедры маркетинга, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Оспанов Г.М., докторант PhD кафедры маркетинга, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

Притворова Т.П., профессор кафедры экономики и международного бизнеса д.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.

-
- Рақымжанова Т.К.**, маркетинг кафедрасының магистрі, Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті.
- Садуов А.Ж.**, профессор кафедрасы маркетинга д.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.
- Ташенова Л.В.**, м.э.н., преподаватель кафедры маркетинга, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.
- Тлеубердинова А.Т.**, доцент кафедры маркетинга д.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.
- Усенов М.М.**, магистрант 1 курса специальности «Туризм», Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.
- Усенова Д.М.**, магистрант 2 курса специальности «Маркетинг», старший преподаватель кафедры маркетинга, Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.
- Шапкина Ж.М.**, профессор кафедры маркетинга д.э.н., Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букедова.